BEAUFTRAGT VOM

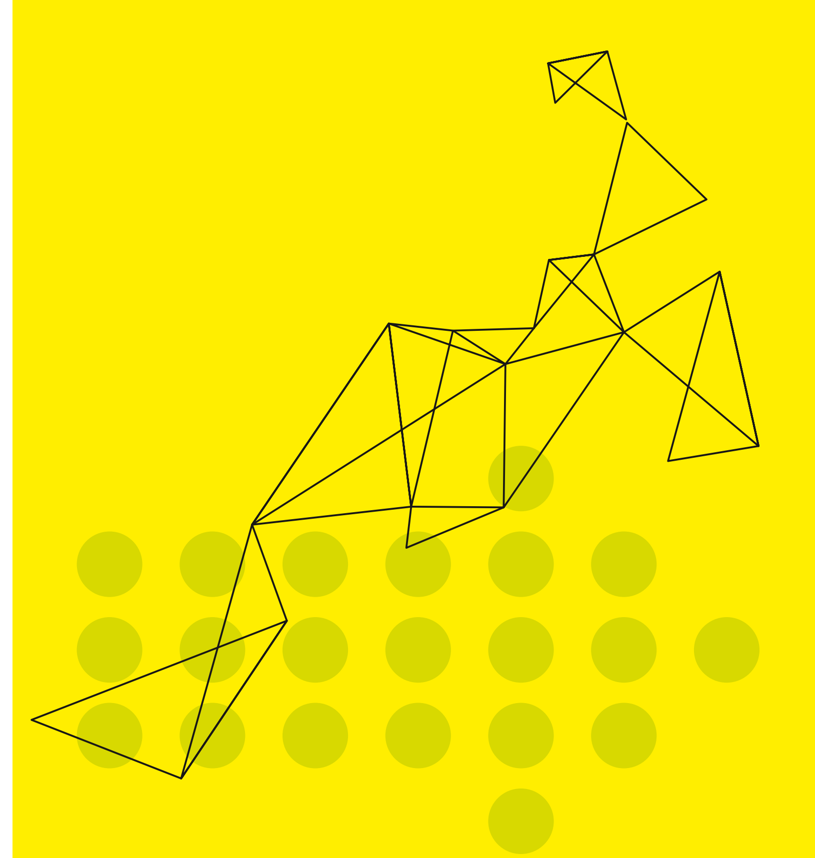


Studie

ZUKUNFT VON WERTVORSTELLUNGEN DER MENSCHEN IN UNSEREM LAND

Studie

ZUKUNFT VON WERTVORSTELLUNGEN DER MENSCHEN IN UNSEREM LAND



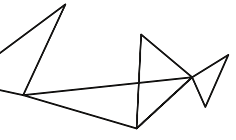
Studienleitung:
Cordula Klaus
Dr. Christian Grünwald
Michael Astor

Autorinnen und Autoren:
Anna Hornik
Dr. Georg Klose
Dr. Thomas Stehnken
Florian Spalthoff
Holger Glockner
Dr. Christian Grünwald
Daniel Bonin
Julian Sachs

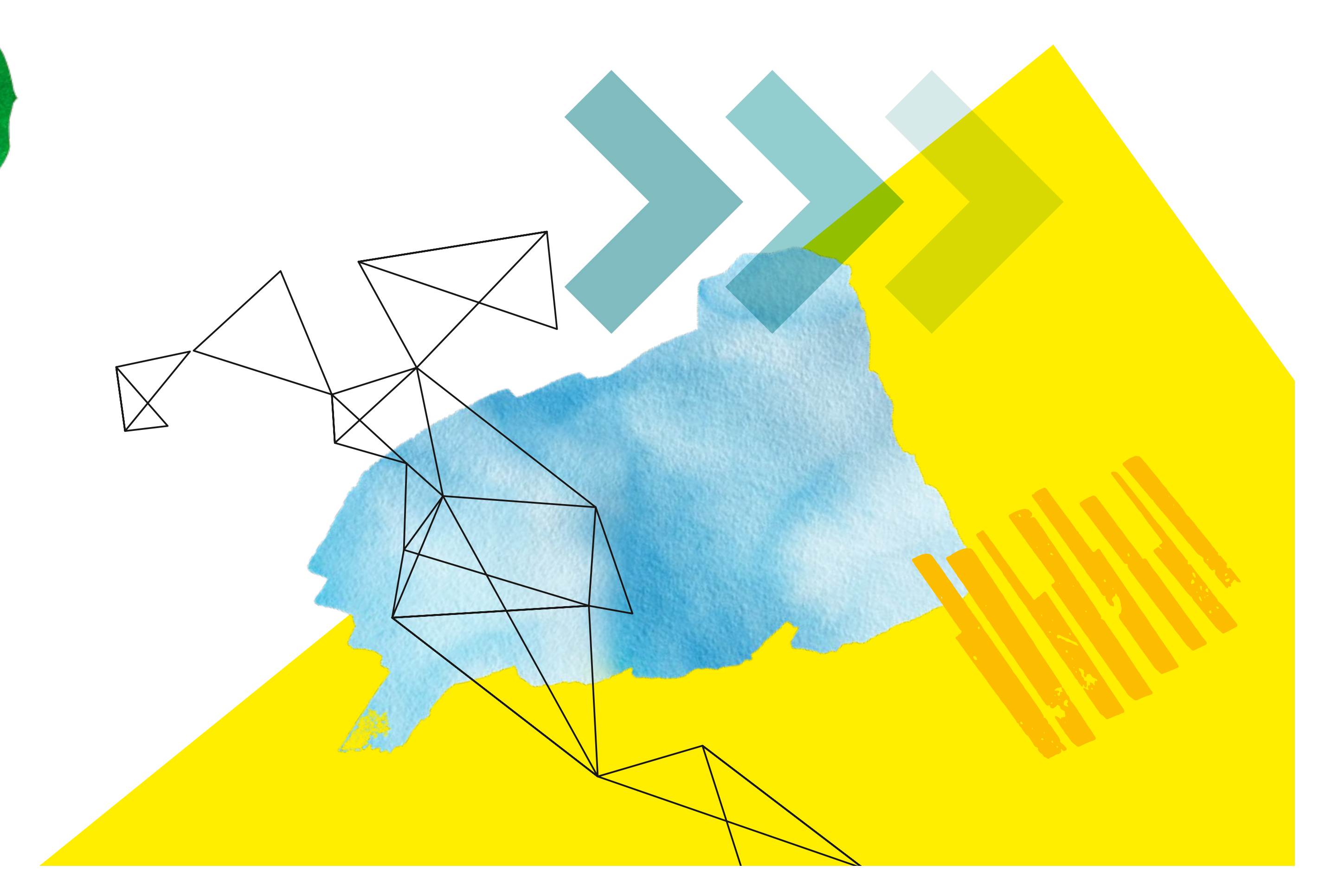
August 2020

Diese Publikation entstand im Rahmen des Dienstleistungsauftrags „Zukunftsbüro des Foresight-Prozesses (Foresight III)“ der Prognos AG und der Z_punkt GmbH im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF), Referat – Strategische Vorausschau; Partizipation und Bürgerforschung.

Inhaltsverzeichnis

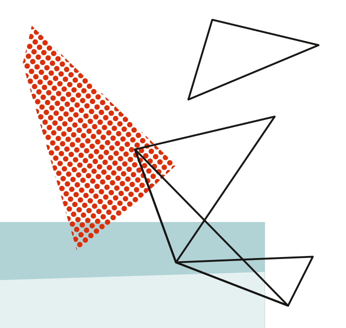


Tabellenverzeichnis



Abbildungsverzeichnis

Zusammenfassung





Zielsetzung der Studie

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie stellen keine Prognosen oder finalen Antworten auf die Studien-Leitfragen dar. Vielmehr zielen sie darauf ab, im Sinne der Strategischen Vorausschau, ein breites Spektrum an möglichen Zukünften und Entwicklungspfaden aufzuzeichnen – und dabei auch zu einem Diskurs über die Zukunft anzuregen. Somit sollen die Ergebnisse u. a. einen Interpretationsrahmen für weitere Studien und Befunde, d. h. für die Einordnung von z. B. Trends und gesellschaftspolitischen Zusammenhängen, im dreijährigen Vorausschau-Prozess bieten.

Die Aufgabe von strategischer Vorausschau ist es, technologische, ökonomische, rechtliche oder geopolitische Entwicklungen frühzeitig zu antizipieren, sie zueinander in Beziehung zu setzen und mögliche Bruchlinien zu identifizieren. Dabei muss sie das jeweilige gesellschaftliche Umfeld berücksichtigen, das direkt oder indirekt auf den Umgang mit den Entwicklungen einwirkt und diese beschleunigen, verzögern oder in ihrer Richtung und Ausprägung verändern kann. Das Handeln von Akteuren beruht nicht nur auf diesen Umfeldbedingungen und zweckrationalen Entscheidungen, sondern ist eingebettet in ein Gerüst von kulturellen Prägungen, Werten, Einstellungen und Interessen. Moderne Gesellschaften zeichnen sich nicht nur durch unterschiedliche Lebensstile, sondern auch durch einen Wertepluralismus aus. Dieser prägt sowohl Individuen als auch das Handeln von sozialen Gruppen und Gesellschaften. Aus diesem Grund startet der dritte Foresight-Prozess des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) mit einer Studie zur „Zukunft von Wertvorstellungen“.

Diese erste Studie bildet einen Referenzrahmen für die weiteren Analysen des Zukunftsbüros, bestehend aus Prognos AG und Z_punkt. Sie beruht auf einem breiten Methodenrepertoire, um den Stand der Forschung abzubilden, darauf aufbauend eigene empirische Erkenntnisse zu gewinnen und beides in einen Szenarioprozess einfließen zu lassen. Die empirische Basis der Analysen ist umfassend: In explorativen bzw. einzelne Fragestellungen vertiefenden Interviews mit Expertinnen und Experten wurde frühzeitig eine Kontextualisierung der Befunde aus der Literaturanalyse angestrebt. Auf Basis einer Sekundäranalyse vorliegender Statistiken und Daten wurde eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage durch das Institut für Demoskopie Allensbach durchgeführt, um spezifische Fragen mit aktueller Empirie zu untermauern. Darüber hinaus wurde mit Jugendlichen in einer Fokusgruppe diskutiert, um das Wissen von Alltagsexpertinnen und -experten einzubinden und ein Meinungsbild von Menschen zu erfassen, die unsere Zukunft prägen werden. Des Weiteren wurde das Internetnutzungsverhalten von Bevölkerungsgruppen mit unterschiedlichen Wertvorstellungen untersucht. Gleichwohl stehen alle empirischen Ansätze vor zentralen methodischen Herausforderungen: zu differenzieren zwischen faktengestütztem Befund und subjektiven Einschätzungen, zwischen Eigen- und Fremdwahrnehmung sowie zwischen der individuellen Perspektive und gesellschaftlichen Phänomenen. Insbesondere die Einschätzung und Bewertung von zukünftigen Entwicklungen erfordert sowohl in der Fragebogenentwicklung als auch in der Beantwortung ein hohes Differenzierungsvermögen. Auch um auf diese Herausforderung eine Antwort zu formulieren, wurden gemeinsam mit Expertinnen und Experten Szenarien entwickelt. Gleichwohl liegt die redaktionelle Verantwortung für die Gesamtstudie bei den Autorinnen und Autoren des Zukunftsbüros, die in ihrem Selbstverständnis nicht abschließendes Wissen verkünden, sondern auf Basis der Befunde Fragen aufwerfen wollen, die zur weiteren Diskussion anregen sollen.

Der Erhebungs- und Auswertungszeitraum für diese Studie beläuft sich auf Juli 2019 bis Dezember 2019 und liegt somit vor den Ereignissen der COVID-19-Pandemie im Frühjahr 2020. Die vorliegenden Studienergebnisse liefern somit eine gute Grundlage, um zukünftige Veränderungen, die u. a. durch die Pandemie verursacht oder beschleunigt wurden, zu analysieren und mit den Ergebnissen von vor der Pandemie zu vergleichen. Aus diesem Grund ist eine Aktualisierung der Studie für das Frühjahr 2021 geplant. Ziel wird es dann u. a. sein, zu untersuchen, wie sich die Wertelandschaft in Deutschland und die Kontextfaktoren, in die diese eingebettet ist, im Vergleich zu den aktuellen Studienergebnissen verändert haben. Eine Vielzahl der Entwicklungen und Trends, die sich bereits vor der Pandemie in Ansätzen abgezeichnet haben, wurden zumindest vordergründig beschleunigt. Offen ist derzeit noch, welche Entwicklungen sich nachhaltig durchsetzen werden und welche nicht.

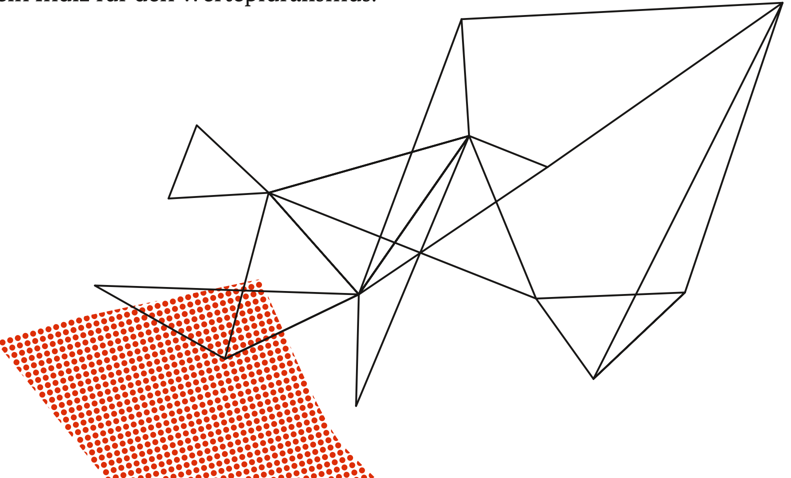
Die Ergebnisse in Kürze

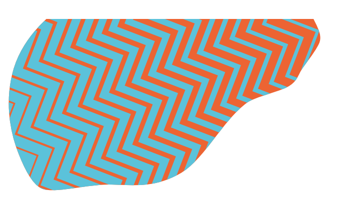
Deutlich wird: Der Wunsch nach einer solidarischen und gerechten Gesellschaft prägt Deutschland in Gegenwart und Zukunft. Im privaten Lebensumfeld sehen die Menschen die Möglichkeit, diesen sozialen und solidarischen Werten Geltung zu verschaffen, auch durch ein verstärktes Engagement im Ehrenamt. Diese Werte bieten gleichzeitig die Orientierungspunkte für ihr zukünftiges Handeln. Auf der gesellschaftlichen Ebene zeichnen sich jedoch einige Bruchlinien ab, die aktuell und zukünftig die Realisierung des Wunsches nach einer solidarischen und gerechten Gesellschaft potenziell beeinträchtigen können. Dazu zählen einerseits die anhaltenden Einkommensunterschiede, zunehmender Egoismus und Leistungsorientierung und andererseits ein Auseinanderdriften der Wertvorstellungen innerhalb Deutschlands, das von mehr als zwei Dritteln der Personen in unserer repräsentativen Bevölkerungsbefragung konstatiert wird. 60 % der Befragten sehen darüber hinaus einen abnehmenden Zusammenhalt in der Gesellschaft.

Bezogen auf die gesellschaftlichen Auswirkungen der COVID-19-Krise stellt sich für die zukünftige Analyse die Frage, ob solche Befunde auch längerfristiger Natur sind oder ob beispielsweise die angesichts der COVID-19-Pandemie im Kleinen erstarkte Solidarität, in Form von Nachbarschaftshilfe oder Spendenaktionen, erhalten bleibt und zu einem gesamtgesellschaftlichen Mehr an Gemeinsinn und Kooperation führen wird.

Werte werden nach wie vor durch die klassischen Sozialisationsinstanzen Eltern, Freundinnen, Freunde, Partnerinnen, Partner, Ausbildung und Arbeitswelt geprägt. Sosehr sich das Alltagsverhalten durch die Nutzung von digitalen sozialen Medien auch verändert, scheinen sie doch noch keine wertebeeinflussende Kraft gewonnen zu haben. Dies gilt auch aus Sicht der Jugendlichen unserer Fokusgruppe. Auch hier stellt sich für eine zukünftige Analyse die Frage, ob sich mit dem coronabedingten Digitalisierungsschub in vielen Lebensbereichen und einer stärkeren Hinwendung zu digitalen Medien eine Veränderung der Wertevermittlung vollziehen wird.

Bildung, Einkommen und politisches Interesse sind bedeutende sozioökonomische Faktoren in der Bewertung von gesellschaftlichen, politischen und technologischen Entwicklungen in Gegenwart und Zukunft. Ob diesen mit Vertrauen oder mit Misstrauen begegnet wird, hängt in einem hohen Ausmaß von diesen Faktoren ab. Beides – das Auseinanderklaffen von individuell Gewünschtem und gesellschaftlich Wahrgenommenem sowie die Abhängigkeit von den genannten Faktoren – gilt auch für die Frage der sozialen Gerechtigkeit. Insgesamt stellt sich die Gesellschaft in der aktuellen Analyse als leistungsorientiert und materialistisch, mit einem Hang zum Hedonismus und zur Selbstverwirklichung, dar. So scheint die aktuelle Situation durch eine Mischung materialistischer und postmaterialistischer Werte gekennzeichnet – auch dies ist ein Indiz für den Wertepluralismus.

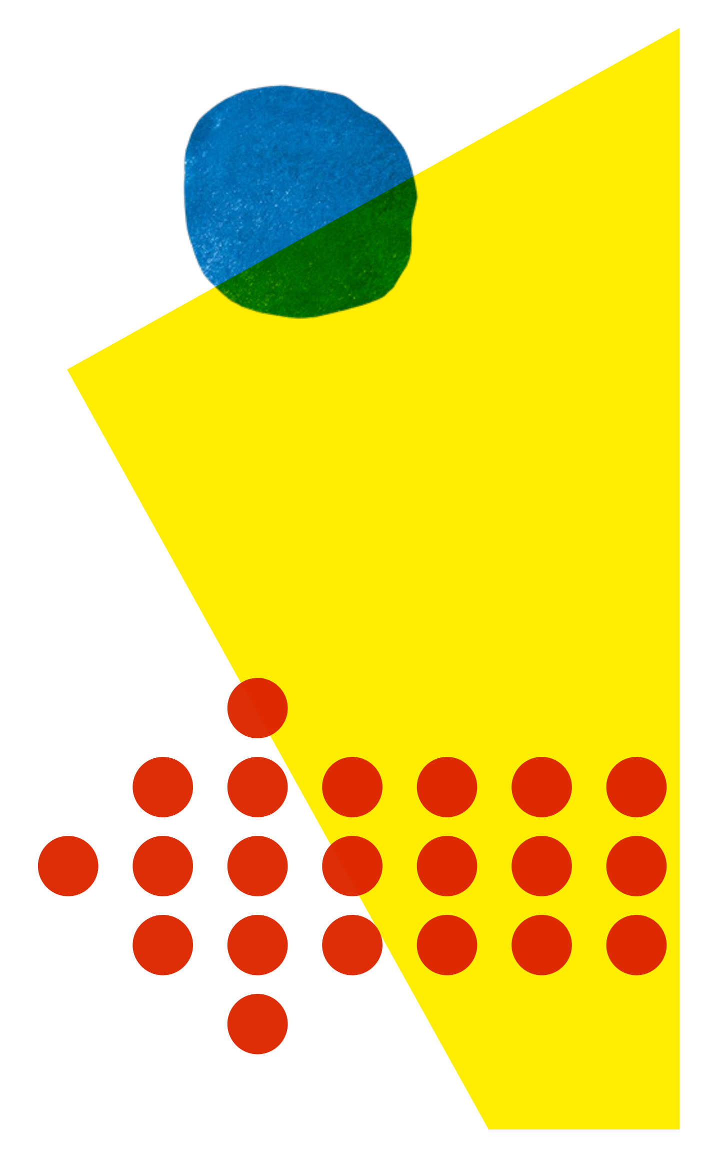




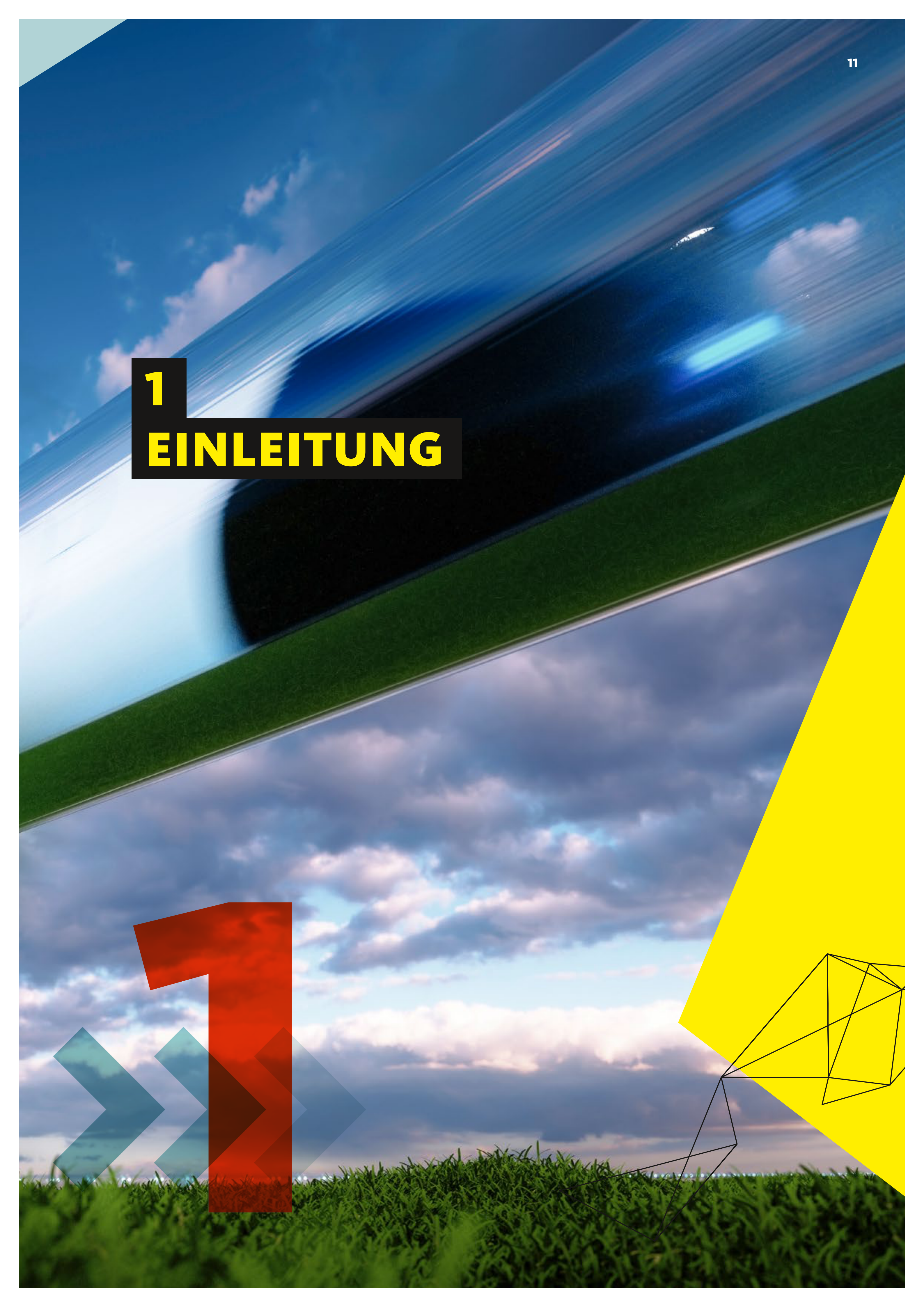
Die Szenarien beschreiben mögliche Entwicklungsalternativen in Form von sechs unterschiedlichen Zukünften, in denen jeweils ein Umfeldtreiber besonders wirkmächtig ist und die sich wie folgt gestalten.

- Eine europäisch denkende und handelnde Gesellschaft, die gemeinsam mit den EU-Partnern selbstbewusst die eigenen Interessen und Vorstellungen vertritt und dabei auch bereit ist, sich bewusst vom Rest der Welt abzugrenzen: der europäische Weg
- Eine durch weitreichende ökonomische Deregulierung geprägte Gesellschaft, die sich maßgeblich an den Paradigmen des größtmöglichen Wettbewerbs und des Leistungsprinzips orientiert, in der aber nicht alle das hohe Tempo mitgehen können: Wettbewerbsmodus
- Eine Welt, in der Deutschland gegenüber den starken geopolitischen Blöcken nach seiner Identität sucht und einem Trend der Re-Lokalisierung folgt: Rückkehr der Blöcke
- Eine sozial stark ausdifferenzierte Gesellschaft mit einem deutlichen regionalen Gefälle und einer handlungsschwachen Politik, die zugleich eine hohe Durchdringung von digitalen Technologien aufweist: Tempounterschiede
- Eine Gesellschaft, in der digitale Parameter die Rahmenbedingungen setzen, in der soziales Engagement über ein Punktesystem entsprechend erfasst und belohnt wird, die aber auch eine Tendenz der Desintegration und Spaltung enthält: das Bonus-System
- Eine Welt, in der ein zunehmend dynamischer Klimawandel zur Herausbildung neuer ökonomischer Leitbilder, zu sozialen Innovationen und Dezentralisierungstendenzen, aber auch zu Wohlstandseinbußen führt: ökologische Regionalisierung

Alle Szenarien sind plausibilisierte Beschreibungen möglicher Zukünfte und führen zu unterschiedlichen Werteausprägungen. Für die strategische Vorausschau des Zukunftsbüros bedeutet dies: Analysen und Befunde sollen nicht nur im Kontext der aktuellen, durchaus widersprüchlichen Wertediskussion betrachtet, sondern auch auf unterschiedliche Zukunftswelten bezogen werden. Wie stellen sich beobachtbare und zu erwartende Entwicklungen im Lichte der einzelnen Szenarien dar? So bieten die Ergebnisse der vorliegenden Studie bereits viele Anknüpfungspunkte für die aktuellen Debatten der COVID-19-Pandemie, auch wenn diese Entwicklungen zunächst in anderen Kontexten diskutiert wurden. Dies zeigt, dass gesellschaftliche und wirtschaftliche Phänomene, wie z. B. eine neue Blockbildung oder aber der Einsatz von Überwachungstechnologien, durch ganz unterschiedliche Faktoren hervorgebracht werden können. Insbesondere die Szenarien skizzieren folglich auch mögliche Ausprägungen einer Vielzahl der aktuell diskutierten Entwicklungen.







1 EINLEITUNG

Der Foresight-Prozess konzentriert sich auf Entwicklungen, die für die aktuelle und zukünftige Gestaltung der Bildungs-, Forschungs-, Technologie- und Innovationspolitik eine hohe Relevanz besitzen oder diese perspektivisch einnehmen können. Folglich gilt es, nicht nur wissenschaftlich-technologische Trends zu erfassen und zu analysieren, sondern auch gesellschaftliche Entwicklungen und entsprechende Transformationsprozesse zu identifizieren und hinsichtlich ihrer Wirkung zu betrachten. Wissenschaft, Forschung und Technikentwicklung werden explizit als Prozesse verstanden, die mit politischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Phänomenen in Interaktion stehen. Diese Phänomene unterliegen einerseits längerfristigen Entwicklungsverläufen und Pfadabhängigkeiten. Andererseits können singuläre Ereignisse, wie z.B. die Terroranschläge am 11. September 2001, der Reaktorunfall von Fukushima oder aber die Corona-Pandemie im Frühjahr 2020, eine gesellschaftsverändernde Kraft entfalten.

Der Blick in die Zukunft erfordert Techniken des Komplexitätsmanagements, um die soziale und kulturelle Dynamik zu erfassen. Vereinfacht gesagt: Zukunft wird von Menschen gestaltet. Sie folgt nicht monokausal technologischen, geopolitischen, gesellschaftlichen oder ökonomischen Determinanten, sondern eröffnet den Akteuren stets unterschiedliche Handlungsoptionen. Die daraus resultierenden Handlungen orientieren sich wiederum nicht nur an zweckrationalen Überlegungen, sie stützen sich – bewusst oder unbewusst – auf Werte, die für einzelne Personen, soziale Gruppen oder Gesellschaften prägend sind. Die Debatte zum Wertewandel gewann in den 1970er Jahren an Dynamik – u.a. mit der Veröffentlichung von Ronald Ingleharts Modell der „Stillen Revolution“[1] zum Wertewandel in westlichen Gesellschaften –, gleichzeitig wurde sie empirisch-wissenschaftlich fundiert. Deutlich wurde dabei: Werte haben im Lebenslauf eine gewisse Konstanz und unterliegen einer Dynamik. Diese Dynamik bezieht sich vor allem darauf, dass Werte anders interpretiert oder im Angesicht unterschiedlicher gesellschaftlicher Entwicklungen neu „aufgeladen“ werden. Zum Beispiel kann der Wert „Familie“ einen Bedeutungswandel erfahren durch den Personenkreis, der hierbei einbezogen ist: So stellen beispielsweise die Kernfamilie, die traditionelle Großfamilie, die Neukombinationen durch Patchwork-Partnerschaften und gleichgeschlechtliche Partnerschaften mit Kindern unterschiedliche Ausprägungen der sozialen Realität dar, die aber nicht von allen Menschen in gleichem Maße befürwortet oder als Wert anerkannt werden müssen, auch wenn sie den Wert „Familie“ als wesentlichen Orientierungspunkt ihres Handelns betrachten.

Dass ein Foresight-Prozess mit einer Studie zum Wertewandel startet, ist vor allem darin begründet, dass für die Analyse von zukünftigen Entwicklungen eine aktuelle Bestandsaufnahme zur gesellschaftlichen Verfasstheit geliefert werden soll. Diese beschreibt den aktuellen gesellschaftlichen Wertekontext des Handelns und skizziert in der Vorausschau unterschiedliche Szenarien denkbarer Zukünfte. Von daher verknüpft sich die Status-quo-Analyse mit einer etablierten Foresight-Methode. Diese zieht ihre Stärken gerade daraus, das aus heutiger Sicht wenig Wahrscheinliche und potenziell Disruptive als Möglichkeiten der Entwicklung zu beschreiben und zu diskutieren. Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im Frühjahr 2020 zeigen nachdrücklich, wie radikal sich gesellschaftliches Leben binnen kürzester Zeit verändern kann, aber auch, wie unmittelbar sich die Ressourcen der medizinischen und epidemiologischen Forschung auf Einzelphänomene konzentrieren lassen. Damit wird ein alter Befund der Techniksoziologie bestätigt: „Entwicklung und Implementation von Technik sind eingebunden in Prozesse des Aushandelns, Entscheidens, Auswählens, Weglassens, Prioritätensetzens.“[2] Aushandlungs- und Entscheidungsprozesse, um nur zwei Aspekte herauszugreifen, sind wiederum eingebettet in soziale Bezugssysteme, die durch Interessen, gesellschaftliche Ziele (Missionen) und eben Werte gestaltet werden. Die enge Anbindung dieser Interaktionsprozesse an den sozialen Kontext und die Beständigkeit von Werten in der Gesellschaft führte wiederum zu einer Fokussierung der geografischen Reichweite auf den nationalen Rahmen.

---

1 Siehe Inglehart (1977).

2 Schachtner (1997), S. 13.

Die Wertestudie bedient sich vor diesem Hintergrund eines breiten methodischen Repertoires, um dem Charakter einer grundlagenbildenden Studie für den weiteren Foresight-Prozess gerecht zu werden. Die methodischen Arbeiten erfolgten im Zeitraum Juli 2019 bis Dezember 2019. Im ersten Schritt wurde eine ausführliche Literaturanalyse zur Werteforschung durchgeführt, die den aktuellen Kenntnis- und Diskussionsstand und die zentralen empirischen Befunde aufarbeitete. Hierbei wurden auch vorliegende empirische Untersuchungen und Statistiken wie beispielsweise der European Social Survey einer Sekundärauswertung unterzogen. Die hier gewonnenen Erkenntnisse flossen in die Auswahl der Schlüsselfaktoren für die Szenarioentwicklung ein, um einen gesicherten Startpunkt für die weitere Diskussion zu definieren. Im nächsten Schritt wurden Gespräche mit Expertinnen und Experten geführt, um sowohl aktuelle Entwicklungen zu erfassen als auch die Befundlage zur Literaturanalyse kritisch zu reflektieren. Die Zusammenfassung und Systematisierung der unterschiedlichen Studien und Erhebungen in Wertegruppen bildeten wichtige Zwischenschritte unserer Analyse und dienten als vorbereitende Arbeiten für die Szenarioentwicklung. Dies ermöglichte sowohl eine Vergleichbarkeit der jeweiligen Befunde als auch eine Strukturierung der eigenen empirischen Vorgehensweise.

Spezifische Fragestellungen im Foresight-Kontext und die Sicherstellung einer eigenen Datenbasis bildeten die Motivation für die Durchführung einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung durch das Institut für Demoskopie Allensbach. Dabei wurden sowohl gegenwarts- als auch zukunftsbezogene Wertedimensionen abgefragt. Insbesondere der Zukunftsbezug stellt eine methodische Herausforderung dar. Den Befragten fiel es häufig schwer, sich von den Gegenwartserfahrungen zu lösen und im Folgenden unterschiedliche Entwicklungsverläufe zu antizipieren bzw. die Komplexität werterelevanter gesellschaftlicher Veränderungen aufzugreifen. Um dennoch zu tragfähigen Erkenntnissen zu gelangen, wurde in der Befragung eine Differenzierung zwischen der individuellen Perspektive und den Werten, die als handlungsleitend in der Gesellschaft wahrgenommen werden, vollzogen. Damit konnte in diesen Punkten eine Unterscheidung vorgenommen werden. Die Ergebnisse der Befragung zeigen deutlich, dass die Befragten hierbei unterschiedliche Entwicklungsverläufe erkennen und zwischen erwünschten und erwarteten Verläufen differenzieren. Damit hat schon dieser analytische Teil der Studie einen unmittelbaren Zukunftsbezug.

Neben der repräsentativen Befragung bildete eine Fokusgruppe mit Schülerinnen und Schülern einer berufsbildenden Schule ein weiteres Element der Empirie, um ein möglichst breites Spektrum von Meinungen zu erfassen. Die Konzentration auf Jugendliche und junge Erwachsene bot die Chance, die Erwartungen an die Zukunft im Diskurs mit dieser Zielgruppe zu konkretisieren. Fokusgruppen stellen kein repräsentatives gesellschaftliches Abbild dar, sind aber in Ergänzung zu einem differenzierten Methodenportfolio ein wichtiges Element, um Einzelbefunde zu reflektieren und in einem Gruppenprozess zu validieren. Eine weitere vertiefende Analyse wurde zum Thema Internetnutzung durch unterschiedliche Wertegruppen durchgeführt.

Über die Fragen zu den Erwartungen an die Werteentwicklung im Rahmen der beschriebenen Empirie hinaus bildete die Entwicklung von Szenarien den Meilenstein in der vorausschauenden Analyse. Die Szenarien beschreiben ein bewusst breit abgestecktes Spektrum möglicher Zukünfte. Sie sollen einerseits stark differenziert sein, um den Möglichkeitsraum weit aufzuspannen, und andererseits gleichzeitig das aus heutiger Sicht wenig Wahrscheinliche in Augenschein nehmen. Im Kern bieten sie unterschiedliche Bühnen, um die gesellschaftliche Entwicklung und damit auch die Werteentwicklung in unterschiedlichen Kontexten zu denken. In der Auseinandersetzung mit den Szenarien lassen sich unterschiedliche Fragen diskutieren:

- Welche Werte manifestieren sich in den Szenarien?
- Wie prägen die unterschiedlichen gesellschaftlichen und technologischen Lebenswelten wiederum die individuellen und gesellschaftlichen Werte?
- Welche sind als sinnstiftend anzusehen?
- Welche gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteure sowie Gruppen, Lebens- oder Wirtschaftsmodelle können in den Szenarien eine Rolle als Vermittlungsinstanz einnehmen?
- Wie beeinflussen sich Werte und technologische Anwendungen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kontexten?

Dabei dienen die Szenarien keinem Selbstzweck, sondern als Konstrukte, um die hier skizzierten Fragen in einem breit gesteckten Möglichkeitsraum zu beantworten. Bewusst wurden dabei in Workshops mit externen Expertinnen und Experten Szenariowelten ausgewählt und konkretisiert, die das Disruptive und mögliche Brüche einzelner Entwicklungslinien thematisieren. Somit wurden unterschiedliche Reflexionsebenen geschaffen, um der Wertediskussion neue Impulse zu geben. Ergänzend wurden zwei Szenarien erarbeitet, die aktuelle Entwicklungslinien aufgreifen und die Kontinuität möglicher Verläufe betonen.

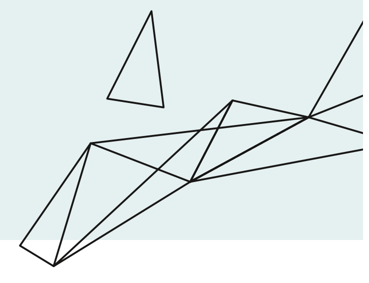
Dieses Methodenportfolio sichert eine Analyse, die dem Status quo der Werteforschung entspricht. Dies ermöglicht differenzierte Auswertungen sowie eine Betrachtung, die in vielen Studien zu kurz kommt: die Berücksichtigung und Reflexion unterschiedlicher Zukünfte. Sie bieten daher für die spätere Analyse zur Corona-Pandemie viele Anknüpfungspunkte – in den Szenarien sind einige mögliche Entwicklungen für eine Post-Corona-Zukunft wie der breite Einsatz von Überwachungstechnologien (Stichwort „Corona-App") bereits angelegt.

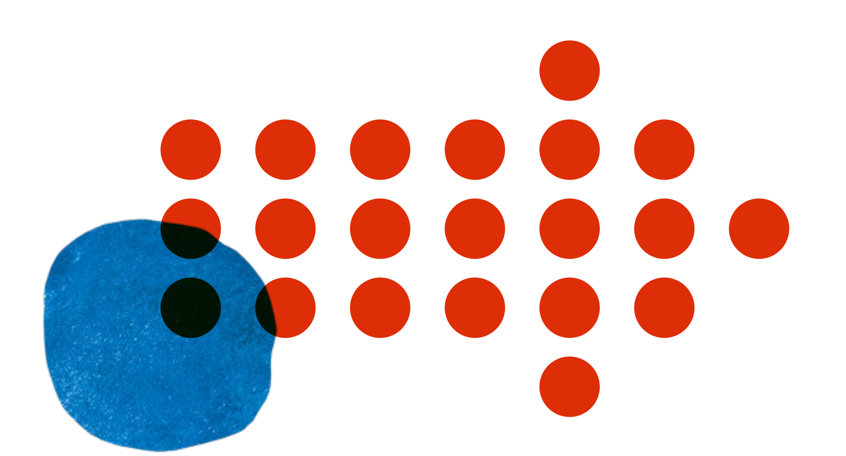
Der Bericht ist wie folgt strukturiert: In Kapitel 2 wird – im Wesentlichen auf Basis der Literaturauswertung und von Gesprächen mit Expertinnen und Experten – der Stand der Werteforschung betrachtet. Kapitel 3 beschreibt die Vorgehensweise und die Methoden im Detail. Das 4. Kapitel rückt die Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Befragung in den Vordergrund und stellt diese Ergebnisse in den Kontext der sonstigen Analysen, die mit den Methoden Literaturauswertung, Interviews und Fokusgruppe durchgeführt wurden. Kapitel 5 wagt den Blick in unterschiedliche Zukünfte und stellt pointiert die Ergebnisse der Szenarioanalyse vor. Im abschließenden 6. Kapitel werden die neu gewonnenen Erkenntnisse zusammengeführt, um in der kritischen Reflexion Fragen zu sinnstiftenden Werten, werteprägenden gesellschaftlichen Kräften und neuen Vermittlungsinstanzen zu beantworten.

Der Foresight-Prozess erhält damit eine Fundierung, die den aktuellen Stand der Debatte aufgreift und zugleich zukunftsweisende Szenarien für die Werteentwicklung skizziert. Damit können die folgenden Vertiefungsstudien jeweils in unterschiedliche Wertekontexte eingeordnet werden, sodass diese gesellschaftsprägende Kraft als Plausibilisierungs- und Validierungsinstrument genutzt werden kann. Vor dem Hintergrund der tiefgreifenden Veränderungen, die durch die COVID-19-Pandemie im Frühjahr 2020 augenscheinlich hervorgerufen werden, wird diese Studie im Frühjahr 2021 aktualisiert. Aufgrund der weitreichenden Auswirkungen der Pandemie wurden Maßnahmen umgesetzt, welche unmittelbare und umfassende gesellschaftliche wie wirtschaftliche Veränderungen nach sich zogen. Die endgültigen Ausprägungen dieser Veränderungen und die Folgen für die Zukunft sind jedoch äußerst unsicher und nur bedingt zu antizipieren. Eine Vielzahl der Entwicklungen und Trends, die sich bereits vor der Pandemie in Ansätzen

abgezeichnet haben, werden zumindest vordergründig beschleunigt. Offen bleibt gegenwärtig, welche Entwicklungen sich längerfristig durchsetzen werden und welche nicht. Die aktuellen Diskussionen ranken sich um Fragen wie beispielsweise:

- Wird die im Kleinen erstarkte zivilgesellschaftliche Solidarität, z. B. in Form von Nachbarschaftshilfe oder Spendenaktionen, erhalten bleiben und zu einem gesamtgesellschaftlichen Mehr an Solidarität und Kooperation führen?
- Werden sich digitale Transformation und Automatisierung längerfristig durchsetzen und das Alltagsleben, die Wirtschaft und die Gesellschaft verändern? Wird die Gesellschaft zukünftig durch neue Lebensstile und virtuelle Welten geprägt sein, die in erster Linie durch den breiten Einsatz digitaler Technologien geschaffen werden?
- Welche Rolle werden zukünftig digitale Medien einnehmen und wie stark werden sie die Gesellschaft beeinflussen? Wird die Akzeptanz von Überwachungstechnologien wachsen und werden diese in der Zukunft ein unvermeidlicher Bestandteil des alltäglichen Lebens sein?
- Welche bleibenden Auswirkungen sind in der Neugestaltung der Arbeitswelt zu erwarten und welche Folgen hat dies für Entwicklungen im ländlichen Raum und in Metropolregionen? Welche Rolle wird zukünftig der Wunsch nach einer sinnerfüllten Arbeit einnehmen?
- Bieten die Entwicklungen im Bildungssystem eine Chance für eine Stärkung von Chancengerechtigkeit? Oder werden die Auswirkungen im Wirtschafts- und Bildungssystem soziale Ungleichheiten eher zementieren oder sogar verschlimmern?
- Wie werden die Menschen in Zukunft die individuelle Verantwortlichkeit gegenüber einer Erwartung der Gewährung von staatlichen Unterstützungsleistungen in Krisensituationen gewichten?
- Wird Abschottung angesichts der möglichen Bildung neuer geopolitischer Blöcke, die durch Protektionismus und Handelsblockaden gekennzeichnet sind, zukünftig wieder Realität? Wie werden die Menschen zum Thema Zuwanderung stehen?
- Bietet die Pandemie einen Nährboden für tiefgreifende Werte- und Generationenkonflikte?





Die Befunde und Ergebnisse der vorliegenden Studie greifen einen Teil dieser Fragen – wenn auch in verschiedenen Kontexten – auf und bieten somit eine gute Ausgangslage, um zukünftige Veränderungen zu untersuchen. So kristallisiert sich als ein Hauptbefund der empirischen Erhebungen ein Wunsch der Befragten nach einer gerechten und solidarischen Gesellschaft und einer bürgernahen Politik heraus. Eine Vielzahl der viel diskutierten Entwicklungen wird zudem in unterschiedlichen potenziellen zukünftigen Ausprägungen in den Szenarien skizziert.





2 HINTERGRUND: WERTE – WERTEBILDUNG UND WERTEVERMITTLUNG – WERTEWANDEL

Die Diskussion um und über Werte gehört zweifelsohne zu den wichtigsten Gesellschaftsdebatten und hat in den vergangenen Jahren erneut an Intensität gewonnen. Fester Bestandteil der Wertedebatte sind z. B. Aspekte wie Lebensstile oder die Diskussion über eine neue Leitkultur. Angesichts der Bedeutung, die Werte für das Handeln von Menschen und für ihr Zusammenleben haben, ist es folglich erforderlich, die Wertediskussion in einen übergeordneten Kontext des gesellschaftlichen Wandels einzubetten. Aufgeworfen werden Fragen nach den „richtigen“, den „westlichen“, den „europäischen“ oder auch nach „neuen“ Werten bzw. nach einem neuen „Wertekonsens“.[3] In der Gegenwartsdiagnose tritt dabei ein umfassender Wertepluralismus zutage, der insbesondere in demokratischen und freiheitlichen Gesellschaften vorherrscht und in ihrem Selbstverständnis gewünscht ist. Eine zunehmende Diversifizierung und Ausdifferenzierung von Gesellschaften bringt eine größere Vielfalt an Wertvorstellungen mit sich, die in jeweils unterschiedlichen Subgruppen, Milieus bzw. Wertetypen[4] oder auch Generationen geteilt werden.[5]

Obwohl die Debatte auf vielen Ebenen geführt wird, fehlt eine einheitliche Definition von „Werten“. Darüber hinaus wird der Wertebegriff mit anderen Begriffen vermengt – insbesondere mit „Einstellungen“ oder „Meinungen“. Kontrovers diskutiert wird auch die Frage der Wandelbarkeit von Werten, sowohl im individuellen Lebensverlauf als auch in der Gesellschaft, sowie der Bildung von Werten bei der bzw. dem Einzelnen und in der Gesellschaft.

2.1 Werte – Definition eines abstrakten, heterogenen Begriffs

Was ist ein Wert und wie kann er definiert werden? Die theoretischen Ansätze zu diesen Fragen sind in einer Vielzahl von Disziplinen beheimatet. Von der Philosophie über die Theologie und die Sozialwissenschaften bis hin zur Psychologie werden verschiedene Definitionen herangezogen.[6] Eine einheitlich anerkannte Definition besteht weder innerhalb noch zwischen den Wissenschaften. Nichtsdestoweniger lassen sich verschiedene Elemente identifizieren, die den meisten Wertebegriffen gemein sind und sich in einer der meistgenutzten Definitionen des Soziologen Clyde Kluckhohn wiederfinden: „Ein Wert ist eine explizite oder implizite, für das Individuum kennzeichnende oder für eine Gruppe charakteristische Konzeption des Wünschenswerten, die die Selektion von vorhandenen Arten, Mitteln und Zielen des Handelns beeinflusst.“[7]

Damit wird deutlich: Werte stellen Konstrukte dar, die sowohl individuelle Überzeugungen als auch Merkmale von sozialen Systemen (z. B. einer Gesellschaft, einer Arbeitsgruppe, einer Organisation, einer Familie, einem Milieu, einer kulturellen Prägung etc.) abbilden können, und sind dabei handlungsleitend für Einzelne oder gesellschaftliche Gruppen.[8] Welche Begriffe schlussendlich als Wert fungieren, ist allerdings weder mit dieser Definition noch in der Wissenschaft einheitlich oder abschließend geklärt. W. Jagodzinks zufolge ist es sogar unmöglich, einen Begriff fest als einen „Wert“ zu definieren. Das Beste sei es daher, sich daran zu orientieren, ob die Mehrzahl der Werteforscherinnen und -forscher einen Begriff als „Wert“ einstuft oder nicht.[9]

---

3 Vgl. FAZ (2018a); FAZ (2017); DIE ZEIT (2018a); The Guardian (2018); Merkel (2015).

4 Unter Wertetypen verstehen verschiedene Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Individuen mit einem bestimmten Set an Werteausprägungen. Inglehart z. B. geht in seiner ursprünglichen Theorie von zwei Wertetypen aus, den „Postmaterialistinnen und Postmaterialisten“ sowie den „Materialistinnen und Materialisten“.. D. h. je nach Kombination von bestimmten Antworten zu bestimmten Item-Abfragen können die Befragten in „Wertetypen“ eingeteilt werden.

5 Siehe Verwiebe (2018), S. 1 ff.; Hradil (2018), S. 20 ff.

6 Allein in der Soziologie existieren rund 170 Definitionen. Siehe Kmieciak (1976), S. 147.

7 Kluckhohn (1951), S. 390. Für weitere, ähnliche Definitionen siehe z. B. Rokeach (1973), S. 5; Schwartz (1992), S. 4 und Hofstede (1984), S. 18.

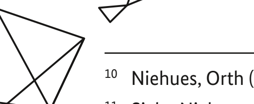
8 Siehe auch Parsons, Shils (1951), S. 315–350.

9 Siehe Jagodzinkski (2004), S. 113.

Dementsprechend ist eine eindeutige Abgrenzung zwischen Werten und ähnlichen Konzepten wie Einstellungen und Meinungen schwierig und gelingt in der Praxis nicht immer. Die gängigste Unterscheidung zwischen Werten und Einstellungen besteht in der Stabilität. Werte bilden ein relativ stabiles, tiefsitzendes Abbild des Wünschenswerten, welches sich lediglich durch biografische Krisen, massive Konflikte oder sich wandelnde gesellschaftliche und ökonomische Bedingungen nachhaltig verändert (siehe Kapitel 2.2 und Kapitel 2.3). Einstellungen hingegen stellen temporäre Sichtweisen dar, die sich mehrfach im Laufe eines Lebens ändern können. Sie werden geprägt durch individuelle Erfahrungen und stellen „die konkrete, objektbezogene Anwendung“[10] von übergeordneten allgemeinen Leitlinien bzw. Wertesystemen dar. Für die Operationalisierung von Werten werden dementsprechend häufig Einstellungsitems, die aggregiert bestimmte Werte repräsentieren, genutzt. Die Abgrenzung von Einstellungen und Werten zu Meinungen zeigt sich darin, dass Letztere vergleichsweise „oberflächlich“ sind und sich schnell und wiederholt durch Argumentation ändern lassen.[11]

Grundsätzlich lässt sich nicht final festlegen, wie viele Werte es gibt oder wo der Bereich der Werte anfängt bzw. endet. Folglich hat auch keiner der etablierten Systematisierungsansätze einen Anspruch auf Vollständigkeit. Dies wird auch anhand der verschiedenen wissenschaftlichen Wertesysteme, die jeweils mit einer unterschiedlichen Anzahl an Werten arbeiten, deutlich (siehe Kapitel 2.3). Alle aktuellen Ansätze verbindet, dass sie Werte entsprechend ihren Inhalten in Kategorien, Dimensionen oder Wertetypen zusammenfassen. Werte sind somit nicht isoliert zu betrachten. Sie sind in Systeme einzuordnen, in denen verschiedene Werte zusammenspielen oder auch im Widerspruch zueinander stehen. Gleichzeitig führt dies nicht automatisch dazu, dass sich widersprüchliche Werte in den Wertvorstellungen eines Individuums, einer Gruppe oder einer Gesellschaft ausschließen, sondern weist auf die Existenz einer Wertepluralität oder auch unterschiedlicher Wertetypen hin: „[Ein Wert wird] in ein organisiertes Wertesystem, in dem jeder Wert seiner Priorität nach im Verhältnis zu anderen Werten geordnet wird, integriert.“[12]

Ein Blick in die Werteforschung zeigt somit: Werte unterliegen einer „notorischen Unbestimmtheit“.[13] Ein einheitliches Set an Werten kann nicht definiert werden – insbesondere nicht in einer demokratischen, liberalen Gesellschaft, in der die Pluralität der Werte mit der Pluralität der Lebensentwürfe und der Heterogenität gesellschaftlicher Gruppen korrespondiert.



10 Niehues, Orth (2018), S. 6.

11 Siehe Niehues, Orth (2018), S. 5; Allport (1935), S. 805 und Hradil (2018), S. 20 ff.

12 Rokeach (1973), S. 11.

13 Soeffner (2018), S. 104.

2.2 Wertebildung und Wertevermittlung – wie Werte entstehen und wer Werte vermittelt

Werte fungieren in einem sozialen Gefüge als Orientierungsrahmen und beeinflussen das individuelle Handeln. Persönliche Wertvorstellungen sind maßgebend für die Lebensgestaltung, während gesellschaftliche Grundwerte die Basis für das Zusammenleben und den sozialen Zusammenhalt bilden.[14] Werte nehmen somit eine richtungsweisende Stellung ein, was die Frage aufwirft, wie Werte auf individueller und gesellschaftlicher Ebene oder auch in bestimmten Gruppen (z. B. Religionsgemeinschaften, Familie, kulturelle Prägungen etc.) gebildet, vermittelt bzw. kommuniziert werden[15] – vor allem in einem Umfeld pluralistischer Gesellschaften bzw. Wertvorstellungen.

Die Bildung von Werten auf individueller Ebene ist eingebettet in einen mehrdimensionalen, komplexen Mechanismus, der sich im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung und der aktiven Auseinandersetzung des Menschen mit seiner Umwelt und im Diskurs mit dieser abspielt. Durch das Erleben von Werten und deren Reflexion bzw. Diskussion findet eine Werteaneignung statt, die über die gesamte Lebensspanne anhält – wobei den Kindheits- und Jugendphasen eine besondere Bedeutung zukommt. Dabei wird die Wertebildung zum einen bewusst durch eine gezielte Wertekommunikation seitens der Instanzen der Wertevermittlung gestaltet, aber auch unbewusst durch beispielgebendes Vorleben der Vorbilder. Zum anderen üben situative Faktoren – gesellschaftliche Rahmenbedingungen sowie personale Bedingungen[16] – Einfluss aus. Vor allem Alltagserfahrungen, die Menschen, und besonders Kinder und Jugendliche, in verschiedenen Lebensbereichen machen, sind als Einflussfaktor nicht zu unterschätzen. Diese Erfahrungen können sowohl auf dem in der Gesellschaft vorgelebten Werteklima (z. B. monetärer Wohlstand als prägendes Leitbild, Achtsamkeit gegenüber der Natur etc.) beruhen als auch auf positiven oder negativen biografischen Brüchen oder auch Erlebnissen,[17] die zu einer grundlegenden Neuorientierung oder Neubewertung des eigenen Lebens führen können.[18] Wertebildung spannt sich somit über die folgenden drei sich wechselseitig beeinflussenden Ebenen auf:[19]

- makrosoziale Ebene: politische, ökonomische, soziale und kulturell geprägte Bedingungen
- mikrosoziale Ebene (sozialer Nahraum): (Sozial-) Instanzen (Familie, Kindergarten, Schule, Bildungseinrichtungen, Peers, Medien, Freizeitorganisationen etc.)
- personale Ebene: physische und psychische Dispositionen (biologische und psychologische Faktoren) sowie positive und negative individuelle biografische Brüche

---

[14] Siehe Tegeler, Vopel (2016), S. 11.

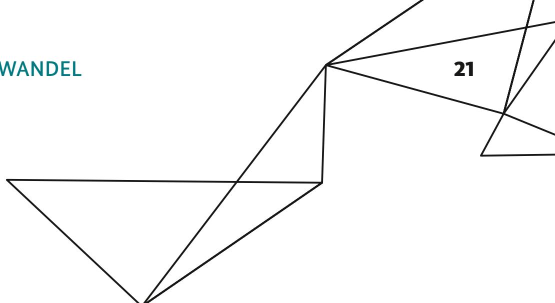
[15] In den aktuellen Diskussionen ist von Wertevermittlung, Wertebildung oder auch Wertekommunikation die Rede. Da die Vermittlung von Werten eine eindimensionale Weitergabe von Wertvorstellungen impliziert und damit der Adressatin bzw. dem Adressaten eine passive Rolle zuschreibt, wird in der aktuellen Wissenschaft oftmals der Begriff Wertebildung bevorzugt. Umstritten ist, ob Werte einfach so wie „Fachwissen" übermittelt werden können und ob die reine Wissensvermittlung über Werte bereits zu einer Bildung von Werten bei den Zielpersonen führen würde. Die Begriffe der Wertebildung und Wertekommunikation hingegen zielen auf einen partizipativen dialogischen Prozess ab, in dem die bzw. der Einzelne sich aktiv mit ihrem bzw. seinem Umfeld auseinandersetzt und Werte häufig in einem Diskurs entstehen. Ziel dabei ist u. a. auch ein gelungener Umgang mit Wertevielfalt. Vgl. Hurrelmann (2002), S. 15; Tegeler, Märtin (2017), S. 8 ff.

[16] Hierunter fallen u. a. biologische Faktoren oder Charaktereigenschaften, aber auch der sozialkulturelle Hintergrund.

[17] Bspw. Unfälle, der Tod einer bzw. eines Angehörigen, Scheidungen, Arbeitslosigkeit, die Geburt eines Kindes, längere Auslandsaufenthalte und das Erleben neuer Lebenskontexte.

[18] Siehe Schubarth, Speck (2010), S. 28 ff.; Joas (1999), S. 208 ff. und Verwiebe et al. (2018), S. 185.

[19] Schubarth, Speck (2010), S. 29.



So lässt sich ein mehr oder weniger „chronologischer" Verlauf der Wertebildung definieren: Ausgehend von den personalen Charaktereigenschaften und genetischen Dispositionen verläuft die primäre Wertesozialisation in der (Groß-)Familie.[20] In dieser Phase werden Werte überwiegend unbewusst übernommen. Die sekundäre Sozialisation (Kita, Schule, weitere Bildungseinrichtungen oder Peers) sowie teilweise parallel oder nachgelagert die tertiäre Sozialisation (Arbeit, Medien und Freizeitorganisationen) hingegen führen zu individuellen Reflexionsprozessen, in denen Werte hinterfragt und ggf. angepasst werden, u.a. aufgrund biografischer Brüche oder auch von bewusst geführten Wertediskursen.[21] Dementsprechend ist die Wertevermittlung in jüngeren Jahren eher hierarchisch organisiert und wandelt sich im Laufe des Lebens hin zu einer diskursorientierten Wertebildung.

Mit Blick auf die Frage, wer oder was heutzutage eine Rolle in der Wertebildung spielt, werden nachfolgend die wichtigsten Wertevermittler vorgestellt. Identifiziert wurden sechs klassische Sozialisationsinstanzen, die in der Literatur als maßgebliche Institutionen für die Wertebildung gehandelt werden und die Gesamtheit an relevanten Instanzen weitgehend abdecken. Parallel tritt eine „Online-Sozialisierung" auf, die Kommunikation und Interaktion drastisch verändert, deren Auswirkungen auf die Wertevermittlung aber noch nicht abschließend beurteilt werden können. Sie liegt in gewissem Maße „quer" zu den übrigen Instanzen, da die Online-Sozialisierung als Kommunikationsform in einer großen Bandbreite von Alltagssituationen eine wichtige Rolle spielt und sich somit stark mit den anderen Instanzen vermischt.[22]

Die einzelnen Institutionen weisen jeweils unterschiedliche Ziele und Interaktionsformen zur Vermittlung auf. Der grundsätzliche Kontext der Wertevermittlung bzw. -bildung wird in Abbildung 1 dargestellt. Ausgehend von der Wertelandschaft, die in einer Gesellschaft oder Gruppe existiert und sich durch externe Einflüsse immer wieder neu bilden und verändern kann, vermitteln die einzelnen Instanzen bestimmte Werte. Dabei werden gewisse Ziele oder Aufgaben verfolgt (Warum werden Werte vermittelt?). Die Vermittlung geschieht durch intendierte oder auch nicht intendierte Interaktion mit dem Individuum (Wie werden Werte vermittelt?). Schließlich sind die Instanzen eingebettet in das personale Umfeld der Menschen, d.h. die Sozialisation findet unter bestimmten Rahmenbedingungen und in verschiedenen Lebensphasen statt (Wann und wo werden Werte vermittelt?). Die Manifestation der Werte bei der bzw. dem Einzelnen erfolgt durch unterschiedliche Kanäle:

a. kognitiv/lernend (z.B. durch eigenes Nachdenken),

b. durch unbewusste psychologische/persönlichkeitsbezogene Prozesse und

c. durch soziale/kulturell geprägte Vorstellungen.[23]

Die wichtigste und primäre Sozialisationsinstanz[24] ist die Familie, worunter enge Bezugspersonen aus dem familiären Kontext fallen (z.B. Elternhaus bzw. Erziehungsverantwortliche, Geschwister und Verwandte). Als wichtigster Ort für die Persönlichkeitsentwicklung in jungen Jahren nimmt sie eine Vorbildfunktion ein. Durch direkte Erziehung (Erziehungsstil und emotionale Nähe) oder indirekte Alltagsgestaltung werden Werte vermittelt. Schließlich beeinflusst der soziokulturelle Hintergrund einer Familie die Wertebildung (siehe Abbildung 20).[25] Als zweitwichtigster sozialer Bezugspunkt der Wertevermittlung fungieren Gleichgestellte

[20] Siehe Hurrelmann (2002), S. 35.

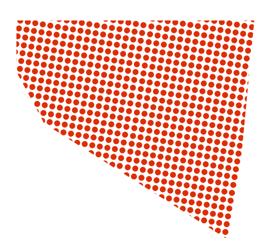
[21] Siehe Schubarth, Speck (2010), S. 29; Verwiebe et al. (2018), S. 189; Verwiebe (2018), S. 62ff.; Hurrelmann (2002), S. 34.

[22] Auf eine detaillierte Betrachtung der Vermengung der Online-Sozialisation mit weiteren Instanzen wird im Rahmen dieser Studie aus Gründen der Komplexität verzichtet.

[23] Zusätzlich zu den drei Ebenen, auf denen sich die Wertebildung bewegt, kommt noch eine regelmäßige Wechselwirkung zwischen den einzelnen Vermittlungsinstanzen, da verschiedene Instanzen häufig parallel Werte kommunizieren. Auf diese Wechselwirkungen kann im Rahmen dieser Studie nicht eingegangen werden.

[24] Für die Strukturierung der Instanzen der Wertevermittlung wurde die Einordnung in die Sozialisationstheorie gewählt. Dabei handelt es sich um eine in der Soziologie und Psychologie anerkannte Theorie, die u.a. auch im Kontext von Werten häufig herangezogen wird. Darüber hinaus sind allerdings auch andere Clusterkategorien denkbar: beispielsweise Wertebildung im Rahmen eines Mediendiskurses, Milieudiskurses, Alltagsdiskurses (mit jeweils anders graduierten Mustern von Resonanz, Kontrolle, Beziehung, Erwartung etc.). Dabei käme dem Mediendiskurs eine besondere Rolle zu, da heutzutage kaum noch medienfreie Räume existieren. Quelle: u.a. Anregungen des zweiten Szenarioworkshops zur Wertevermittlung.

[25] Siehe Stein (2013), S. 15ff.; Stein (2016) und Hurrelmann (2002), S. 35ff.



(Peers) und Bildungseinrichtungen. Peers, d. h. eine Gruppe von Menschen, die der bzw. dem Einzelnen lebensweltlich und entwicklungspsychologisch (Alter, Lebensphase, körperliche Entwicklung) ähnlich ist (z. B. Freundinnen und Freunde, Gleichaltrige, ethnische Gruppen etc.) bieten einen Raum, um über Werte zu diskutieren. Dies umfasst auch Fragestellungen, die in anderen Umgebungen wie z. B. dem Elternhaus Tabuthema sein können, z. B. mit Blick auf Sexualität oder progressive Wertvorstellungen (siehe Abbildung 21).[26] Unter Bildungseinrichtungen fallen alle sozialen Instanzen mit einem politischen Bildungsauftrag (z. B. Kita, Schule, Universität, Stiftung etc.), die aber in unterschiedlichen Lebensphasen eine Rolle spielen. Eine besonders wichtige Funktion nimmt die Schule ein, der u. a. eine Erziehungsfunktion mit Blick auf Werte und Normen in der Gesellschaft zukommt.[27] Neben einem werteorientierten Unterricht und dem Lernklima (z. B. Förderung von Schülerpartizipation) ist das wertorientierte Sozialklima wichtig, d. h. die alltäglichen Umfangsformen (u. a. auch Schulregeln und -rituale). Schließlich ist es Aufgabe der Schule, Wertekompetenz zu stärken, d. h. die eigenständige moralische Urteilskraft auszubilden, um u. a. mit der Vielfalt an Wertvorstellungen in einer Gesellschaft umgehen zu können (siehe Abbildung 22).[28]

Neben den Instanzen der Primär- und Sekundärsozialisation vermitteln weitere tertiäre Sozialisationsinstanzen Werte. Dazu gehören zum einen zivilgesellschaftliche, soziale und politische Organisationen, Kirchen und Glaubensgemeinschaften sowie das Arbeitsumfeld, zum anderen aber auch (klassische) Medien und die Kommunikation im Internet. Die letztgenannten Wege der Wertevermittlung werden auch als Medien- bzw. Online-Sozialisation bezeichnet. Die tertiäre Sozialisation verläuft je nach Lebensalter parallel zu den primären und sekundären Instanzen (z. B. Jugendorganisationen) oder nachgelagert als lebenslanger Prozess nach dem Jugendalter (z. B. das Arbeitsumfeld). Zivilgesellschaftliche, soziale, religiöse und politische Organisationen weisen meist Leitbilder auf (z. B. in einer Verfassung oder einem Glaubenskodex), die bestimmte Werteorientierungen beinhalten. Bei Glaubensgemeinschaften basieren diese Leitbilder auf religiösen Grundsätzen, während die Ziele von zivilgesellschaftlichen, sozialen und politischen Organisationen unterschiedlicher Natur sein können und je nach Organisation sehr individuell gestaltet werden.

Gemein ist diesen Instanzen das Bestreben, bestimmte Wertvorstellungen zu kommunizieren oder im Allgemeinen zu fördern. Sie geben vor allem Werte weiter, indem sie einen Ort der Reflexion, aber auch des Einübens von Wertvorstellungen bieten bzw. durch Vorbilder vorleben. Letzteres ist insbesondere bei Jugendorganisationen wichtig.[29] Die Vermittlung von Werten durch den Umgang mit normativen Vorgaben nimmt insbesondere in politischen und Glaubensorganisationen eine wichtige Funktion ein. Einerseits können Werte z. B. durch Gesetze institutionalisiert werden, andererseits kann die Agenda einzelner politischer Akteure ein maßgeblicher Einflussfaktor sein, beispielsweise indem Wertvorstellungen durch Kampagnen, Reden oder Informationsmaterial kommuniziert und an die breite Öffentlichkeit getragen werden (siehe Abbildung 23).

Das Arbeitsumfeld ist ein wichtiger Sozialisationsraum in der späteren Lebensphase. Es umfasst Berufsgruppen, das Arbeitsmilieu (z. B. Branchen oder Einkommensschichten), die Bedingungen der Arbeitsorganisation sowie Kolleginnen und Kollegen. Unternehmen geben durch ihre Leitbilder einen Wertekanon vor und versuchen diesen auch durch die Förderung einer werteorientierten Unternehmenskultur zu verbreiten. Dabei kann man unterscheiden zwischen Leitbildern, die vor allem auf das Zusammenleben und Funktionieren der Organisation ausgerichtet sind (z. B. Integrity Management), und jenen, die nach außen gerichtet sind (z. B. Corporate Social Responsibility). Im Arbeitsmilieu hingegen werden bestimmte Wertehaltungen, z. B. durch Verbände, Gewerkschaften oder Arbeiterbewegungen, institutionalisiert oder durch Praxis manifestiert (siehe Abbildung 22).[30]

---

26 Siehe Reinders (2016), S. 207.

27 Laut Kultusministerkonferenz sollen z. B. durch die Fächer Philosophie, Ethik oder Sozialkunde Werte wie eigenverantwortliches Handeln, schöpferische Tätigkeit, Freiheit und Demokratie, Toleranz oder Achtung der Menschenwürde vermittelt werden.

28 Siehe Schubart (2018), S. 80 ff.

29 Vgl. Wolf (2018), S. 195 ff.

30 Siehe Seewann, Liebhart (2018), S. 172.



Abbildung 1: Kontext der Mechanismen der Wertevermittlung

Wertestudie

Mögliche Rückkopplungseffekte und gegenseitige Beeinflussung: Veränderung der Wertelandschaft und der Einflussfaktoren bzw. neue inhaltliche Auslegung

Einflussfaktoren (makroökonomische Ebene) STEEP-(L)

Mögliche Rückkopplungseffekte und gegenseitige Beeinflussung zwischen Einflussfaktoren und Wertevermittler

Mögliche Rückkoppelungseffekte: Wertevermittler nehmen Bezug auf vorhandene Wertevorstellungen und geben gleichzeitig die eigenen Vorstellungen, die durch die Interaktion mit anderen ggf. ebenfalls Veränderungen unterliegen, zurück in die Gesellschaft.

Wertevermittler (mikroökonomische Ebene)

Wertevermittlung durch Interaktion der einzelnen Instanzen mit dem Individuum

Umfeld, in das die Instanz eingebettet ist (personale Ebene)

Vermittlung bestimmter Werte (WARUM)
Was ist Ziel, Aufgabe oder das Interesse der (Werte-)Vermittlung?

Interaktion (WIE)
Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt?

Umfeld der Sozialisation (WANN & WO)
In welchen Rahmenbedingungen ist die Instanz eingebettet? Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?

Wertebildung

Kanäle der Vermittlung
- kognitiv/lernend
- sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen
- sozial/kulturell

Quelle: Eigene Darstellung Prognos und Z_punkt 2019.

Der Sozialisationseffekt von Medien und der Internetkommunikation unterscheidet sich von den „klassischen" Instanzen durch bestimmte Charakteristika, die sich insbesondere auf die Art der Kommunikation auswirken. Zu der Sozialisationsinstanz Medien werden in dieser Systematik die klassischen Medien gezählt (Fernsehen, Printmedien, Radio etc.), aber auch Online-Medien, die im klassischen Sinne agieren (z. B. Online-Angebot klassischer Medienhäuser). Charakteristisch hierbei ist eine Top-down-Themenplatzierung. Medien, als Mittel der Massenkommunikation, können durch ihre große Reichweite Denkweisen und Vorstellungen an die breite Öffentlichkeit tragen, aber in ihrer „Gatekeeper-Funktion" die Menge an Informationen und den Diskurs auch reduzieren. Angestoßen werden somit Debatten und Diskussionen in der Öffentlichkeit, sodass die Aufmerksamkeit auf einzelne Themen gelenkt wird.

Über diese Mechanismen üben sie nicht nur einen entscheidenden Einfluss darauf aus, was die bzw. der Einzelne als relevant wahrnimmt, sondern vor allem auch worüber sie bzw. er nachdenkt (Agenda Setting und Awareness Setting). So fungiert die Berichterstattung der Medien sowohl als Verstärkung bereits bestehender Einstellungen als auch als Meinungsbildner. Dabei findet auch eine unbewusste Beeinflussung statt, indem die Rezipientinnen und Rezipienten beispielsweise Themen, zu denen mehr berichtet wird, als wichtiger erachten oder wenn „Kultivierungseffekte"

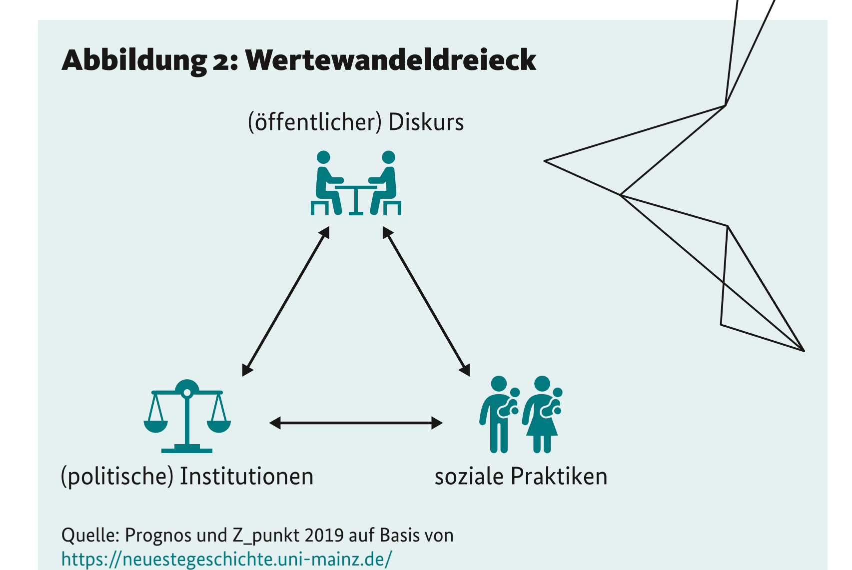
übernommen werden, indem bestimmte Merkmale der Medienwelt in das reale Leben übertragen werden (siehe Abbildung 25).[31] Internetkommunikation bzw. Online-Sozialisation wiederum zeichnet sich durch eine uneingeschränkte Verfügbarkeit sowie Pluralität aus, d.h. jede bzw. jeder kann immer teilhaben. Die in der Internetkommunikation vorherrschende partizipative Medienkultur bietet die Möglichkeit zur selbstbestimmten Teilhabe sowie (Eigen-)Darstellung (Bottom-up-Themenplatzierung) und unterscheidet sich dadurch von den klassischen Instanzen.

Selbstwahrnehmung, Selbstdefinition und Selbstpräsentation schaffen die Voraussetzungen für das Leitbild der Identitätskonstruktion im Netz, welche über thematische Verknüpfungen stattfindet (etwa in Communitys, Tribes oder durch Followerinnen und Follower). Im Vergleich zu den klassischen Medien herrscht im Internet keine Top-down-Themenbestimmung, sondern es werden im Sinne einer Open-minded-Kultur individuelle Beiträge, bei denen häufig auch die Weitergabe von Emotionen eine wichtige Rolle spielt, anerkannt. Dies führt allerdings häufig zu sogenannten Echokammern„ d.h. die bzw. der Einzelne setzt sich verstärkt mit im Netz platzierten Meinungen auseinander, die die eigene Meinung bestätigen – insbesondere in den sozialen Medien. Auch Algorithmen können dazu führen, dass durch deren Berechnungen Menschen vermehrt einer Meinung begegnen, die sie ohnehin schon vertreten (Filterblasen), oder dass Zielgruppen identifiziert werden, die sich gut von einer bestimmten Position überzeugen lassen (siehe Abbildung 26).[32] Das Beispiel von Cambridge Analytica zeigt, wie Informationen auf Basis unterschiedlicher Persönlichkeitsprofile sowohl in Inhalten als auch in der Darstellung gezielt aufbereitet und kommuniziert wurden, um ein erwünschtes Verhalten herbeizuführen. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass die Schnittmenge in der Nutzung von klassischen Medien und Online-Medien zunehmend geringer wird.

Diese Erläuterungen zur individuellen Wertebildung erklären noch nicht, wie Werte in Gesellschaften, Gruppen oder durch kulturelle Prägungen entstehen. Wie bereits eingangs erläutert, bilden sich gesellschaftliche Werte üblicherweise nicht allein in den Instanzen heraus, die Werte weitergeben, sondern im Rahmen eines komplexen wechselseitigen Gefüges. Werte in kulturellen, geografischen oder religiösen Gemeinschaften entstehen häufig in vielschichtigen historischen Prozessen und werden durch äußere Einflussfaktoren und veränderte Strukturen sowie von den dadurch ausgelösten Interaktionen und Diskussionen zwischen Menschen beeinflusst. Werte werden also ausgehandelt, was nicht immer konfliktfrei verläuft und zu einer hohen Pluralität bzw. zu einer Vielzahl an Subwelten und Gruppen gleichgesinnter Menschen (Milieus) in einer Gesellschaft führt.[33]

Anschaulich wird dies im „Wertewandeldreieck“,[34] das einen konzeptionellen Rahmen für die Wertebildung und Anpassung bzw. Veränderung von Werten gibt (siehe Abbildung 2). Das Dreieck verdeutlicht, dass die Bildung von Werten in einem kontinuierlichen und dynamischen Zusammenspiel zwischen Institutionen (z.B. Gesetze) und sozialen Praktiken, d.h. tatsächlich „gelebten“ Werten, stattfindet und sich die Werte durch einen Aushandlungsprozess im (öffentlichen) Diskurs in der Gesellschaft verbreiten und manifestieren. Hierdurch ergeben sich ebenfalls Rückkopplungen mit den Institutionen und den sozialen Praktiken.

Abbildung 2: Wertewandeldreieck



Quelle: Prognos und Z_punkt 2019 auf Basis von https://neuestegeschichte.uni-mainz.de/werte-und-wertewandel-in-moderne-und-postmoderne

[31] Siehe Burkart (2003), S. 7f. und Simon (2007), S. 190f.

[32] Siehe Bennett (2010), S. 396ff.; Bauer (2018), S. 97ff.; Boughzala (2016), S. 108 und Swigger (2012), S. 591ff.

[33] Siehe Hradil (2018), S. 36ff.

[34] Siehe Rödder (2019) sowie Experteninterview mit Herrn Bernhard Dietz.

2.3 Wertewandel – zwischen Stabilität und Veränderung von Werten

Die Erläuterungen zur Wertebildung haben die Thematik des Wertewandels sowohl auf individueller als auch auf gesellschaftlicher Ebene in Teilen bereits angerissen. Neben der Debatte um Werte an sich werden im Kontext gesellschaftlicher und technologischer Herausforderungen vor allem auch Veränderungen der Wertvorstellungen – zumeist jüngerer Generationen im Vergleich zu älteren – diskutiert. Unter Wertewandel wird die Veränderung von soziokulturellen Werten und Wertsystemen sowie von individuellen Wertorientierungen in einem bestimmten Zeitraum verstanden.[35] Gemäß dieser Definition verändern sich, wenn man dem aktuellen öffentlichen Diskurs folgt, verschiedene Sichtweisen derzeit erneut sehr stark. Dies betrifft die Arbeitswelt ebenso wie das Familienleben oder politische Beteiligungsformen und kann somit wiederum zu neuen gesellschaftlichen und individuellen Werten führen.

Expertinnen- und Experteninterview 2

„‚Wertewandel' meint häufig nur den Diskurs über Werte. Echter Wandel beschreibt aber die Verschiebung einer kollektiv akzeptierten Ordnungsvorstellung. Der Prozess kann zufällig, widersprüchlich sein und ist nie linear."

In der theoretischen Werteforschung hat der Wertewandel vor allem seit den 1970er Jahren zunehmend Beachtung gefunden.[36] Im Mittelpunkt steht die Frage – wenngleich Werte als relativ stabil gesehen werden –, inwiefern sich die Werte eines Individuums, einer Gruppe oder Gesellschaft ändern können bzw. sich neue Werte herausbilden und alte an Bedeutung verlieren. Auch mit Blick auf den Wertewandel existiert eine Vielzahl an Theorien, die zwar darin übereinstimmen, dass sich Werte ändern können. Hinsichtlich der Ursachen und des Verlaufs der Veränderungsprozesse unterscheiden sie sich jedoch.[37]

Als eine wichtige Theorie, die die Wertewandeldebatte für lange Zeit geprägt hat, gilt Ingleharts Theorie der „Stillen Revolution". Den Kern der Theorie bildet die Aussage eines Wandels von materialistischen hin zu postmaterialistischen Wertorientierungen in den westlichen Demokratien. Inglehart erklärt dies maßgeblich mit der ökonomischen Entwicklung dieser Länder. Ausgehend von der Mangelhypothese[38] werden Bedürfnisse nach ihrer Wichtigkeit geordnet. Befriedigte Bedürfnisse verlieren an Wichtigkeit, während unbefriedigte an Bedeutung gewinnen. In Gesellschaften mit einer prosperierenden Wirtschaft und einer guten Grundversorgung der Bevölkerung treten materielle Bedürfnisse in den Hintergrund. Ergänzt wird die Mangelhypothese auf der individuellen Ebene durch die Sozialisationshypothese, entsprechend welcher sich die grundlegenden Wertorientierungen eines Menschen vor allem in jüngeren Jahren herausbilden. Somit spielt auf der individuellen Ebene wie oben beschrieben die sozioökonomische Lage der Familie bei der Entstehung von Wertorientierungen eine bedeutende Rolle: Einkommensstarke Schichten orientieren sich eher an postmaterialistischen Werten, während Schichten mit niedrigeren Einkommen sicherheitsorientierter sind.

Ingleharts Basis-Modell unterscheidet somit, basierend auf der Anordnung von vier Werten,[39] zwischen zwei Wertetypen als entgegengesetzten Polen: „Postmaterialistinnen und Postmaterialisten" sowie „Materialistinnen und Materialisten".[40] Umfangreiche Diskussionen zu dem Modell der „Stillen Revolution" veranlassten Inglehart, seine Theorie später in ein zweidimensionales Modell mit einer erweiterten Anzahl an Werten zu überführen.

---

[35] Vgl. Tenorth, Tippelt (2007), S. 769.

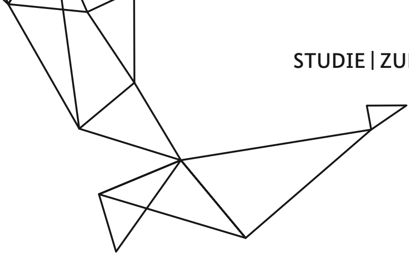
[36] Der Wertewandel ist ein eher neuer Forschungsbereich, mit dem sich vor allem die jüngere Werteforschung auseinandersetzt.

[37] Die Darstellung verschiedener Wertemodelle und Wertewandeltheorien kann an dieser Stelle nicht vollumfassend erfolgen. Dargestellt werden die wichtigsten und derzeit meistgenutzten Theorien.

[38] Diese orientiert sich an der maslowschen Bedürfnishierarchie. Siehe Maslow (1981), S. 35 ff.

[39] Siehe auch Tabelle 4 im Anhang.

[40] Siehe Inglehart (1977); Hradil (2018), S. 23 ff.; Lechleiter (2016), S. 32 ff. und Dietz et al. (2016), S. 5 ff.



Verantwortlich für den Wertewandel ist dabei das Zusammenspiel zwischen ökonomischen Entwicklungen, kulturellem Wandel und politischen Veränderungen. Eine größere Bedeutung misst er vor allem kulturellen Überzeugungen bei, die das politische, wirtschaftliche, reproduktive und religiöse Verhalten von Menschen beeinflussen und sich zwischen den Achsen „Überleben“ vs. „Selbstverwirklichung“ und „Tradition“ vs. „säkular-rationale Orientierung“ bewegen.[41]

Aufgegriffen wurde Ingleharts Theorie von Helmut Klages, der ebenfalls einen Wandel der Werte in den Industriegesellschaften wahrnahm. Allerdings geht er von unterschiedlichen, teilweise widersprüchlichen Wertorientierungen aus, die auch in Kombination auftreten können. Ähnlich wie bei Inglehart wird der Wandel durch die Veränderung ökonomischer Strukturen ausgelöst. Darüber hinaus spielen bei Klages aber auch die politische Situation, der Medienapparat, das historische und religiöse Profil einer Gesellschaft sowie individuelle Faktoren eine wichtige Rolle. Zwischen den individuellen und den gesellschaftlichen Determinanten liegen zudem Rückkopplungseffekte vor. Laut Klages ist die Entwicklung von Werten ein über den Lebensverlauf hinweg fortlaufender Vorgang. So können bestimmte Wendepunkte, die sowohl individueller (z. B. Geburt eines Kindes, Eheschließung, Krankheiten etc.) als auch gesellschaftlicher (z. B. Kriege, ökonomische Krisen oder Naturkatastrophen) Natur sein können, einen Wandel der Wertorientierungen begünstigen. Das ursprüngliche Wertesystem von Klages basiert auf 24 Werten,[42] die neun Wertekategorien (z. B. hedonistische Orientierung, normorientierte Leistungsethik etc.) zugeordnet werden – mit dem Ziel, unterschiedliche Wertorientierungen differenziert zu erfassen.

Abbildung 3: Übersicht über das Wertesystem nach Klages



Ordnungsliebende Konventionalistinnen und Konventionalisten:
neigen zu den Pflicht- und Akzeptanzwerten



Nonkonforme Idealistinnen und Idealisten:
zeigen eine stärkere Ausprägung bei den idealistischen Selbstentfaltungswerten



Hedonistische Materialistinnen und Materialisten:
zeigen eine stärkere Ausprägung bei den materialistischen Selbstentfaltungswerten



Perspektivlos Resignierte:
sind durch eine geringe Ausprägung auf beiden Dimensionen charakterisiert



Aktive Realistinnen und Realisten: weisen auf beiden Dimensionen hohe Ausprägungen auf

Quelle: eigene Darstellung Prognos und Z_punkt 2019.

[41] **Überleben:** Fokus auf wirtschaftliche und physische Sicherheit. Die Dimension ist mit einer relativ ethnozentrischen Einstellung und einem niedrigen Maß an Vertrauen und Toleranz verbunden.
Selbstverwirklichung: Der Umweltschutz, die wachsende Toleranz gegenüber Ausländerinnen und Ausländern, Schwulen und Lesben und die Gleichstellung der Geschlechter sowie die steigenden Anforderungen an die Beteiligung an der Entscheidungsfindung im wirtschaftlichen und politischen Leben haben hohe Priorität.
Tradition: Von hoher Bedeutung sind Werte wie Religion, Eltern-Kind-Beziehungen, Autoritätsbeachtung und traditionelle Familienwerte oder nationalistische Einstellungen. Abgelehnt werden Scheidung, Abtreibung, Euthanasie und Selbstmord.
Säkulär-rational: entgegengesetzte Vorlieben zu den traditionellen Werten. Siehe Inglehart (1997).

[42] Das System von Klages wurde durch Dieter Hermann um zehn weitere individuelle Werte ergänzt. Siehe Hermann (2014).

Die Wertekategorien verteilen sich wiederum auf die Dimensionen „Pflicht- und Akzeptanzwerte“ oder „idealistische und materialistische Selbstentfaltungswerte“, auf deren Basis sich fünf Wertetypen identifizieren lassen:[43] Der „aktive Realist“ vereint Wertemuster, die auf den ersten Blick widersprüchlich erscheinen. Er verkörpert laut Klages die Wertesynthese als die Form des modernen Wertewandels, die anstatt einer Ablösung von Pflicht- und Akzeptanzwerten durch Selbstentfaltungswerte eine zunehmende Parallelexistenz dieser Wertemuster beinhaltet und damit auf die zunehmende Pluralität von Wertvorstellungen verweist.[44] Ernst Oldemeyer erweitert Klages’ Theorie und sieht die Ursache eines Wertewandels in der Unzufriedenheit der Menschen mit der persönlichen Lebenslage. Sie entsteht vor allem dann, „wenn die Menschen aufkommende Probleme nicht mehr mit den ihnen bekannten Lösungsstrategien bewältigen können“.[45] So sehen sich z. B. Menschen, die sich der Nutzung neuer, digitaler Medien verweigern, einer partiellen sozialen Isolation gegenüber. Um dem zu entgehen, entwickeln sie also neue Haltungen, wie etwa Zugänglichkeit und Aufgeschlossenheit gegenüber digitalen Innovationen. Damit einher geht gleichzeitig ein neues Set an Wertorientierungen.[46]



Das neben dem Wertesystem von Helmut Klages derzeit meistgenutzte Circumplex-Wertemodell des Psychologen Shalom H. Schwartz wiederum beleuchtet die kulturelle Komponente von Werteorientierungen und zeigt dabei teilweise Übereinstimmungen mit Ingleharts erweiterter Theorie.[47] Wertewandel und Wertebildung geschieht dabei insbesondere ausgehend von kulturellen Werteorientierungen, die direkt und indirekt Einfluss auf die verschiedenen Gesellschaftsstrukturen (z. B. Bildungssystem, soziale Stützsysteme oder Gesetze) nehmen. Gleichzeitig werden aber auch individuelle und kulturelle Werte von sozioökonomischen Bedingungen, der Bildungssituation und politischen Gegebenheiten beeinflusst. Ziel des Modells ist es, eine universale Struktur menschlicher Werte aufzuzeigen, deren Ausprägung je nach kultureller Prägung variieren kann.[48] Basierend auf ca. 50 Werten hat Schwartz einen Wertekreis erarbeitet, der sich in zehn Wertekategorien aufteilt. Die Wertetypen sind in einem zweidimensionalen Raum aufgespannt, dessen eine Achse das Gegensatzpaar „Selbstüberwindung“ vs. „Selbstverstärkung“ abbildet und die andere „Offenheit für Veränderung“ vs. „Bewahrung“. Die Wertetypen sind innerhalb dieses Raumes unterschiedlich nah bzw. weit voneinander entfernt; hieran lässt sich erkennen, welche Wertetypen miteinander kompatibel sind und welche nicht.[49] Schwartz’ Theorie kommt mit Blick auf die kulturelle Vermischung und Migration in Gesellschaften sowie die Globalisierung eine wichtige Bedeutung zu, da sie klare Konfliktlinien konkurrierender Wertvorstellungen in Gesellschaften aufzeigt.[50]

43 Siehe auch Tabelle 5 im Anhang.

44 Siehe Klages (1984); Klages (1987), S. 35; Klages (1992), S. 35 ff.

45 Vgl. Lechleiter (2016), S. 37.

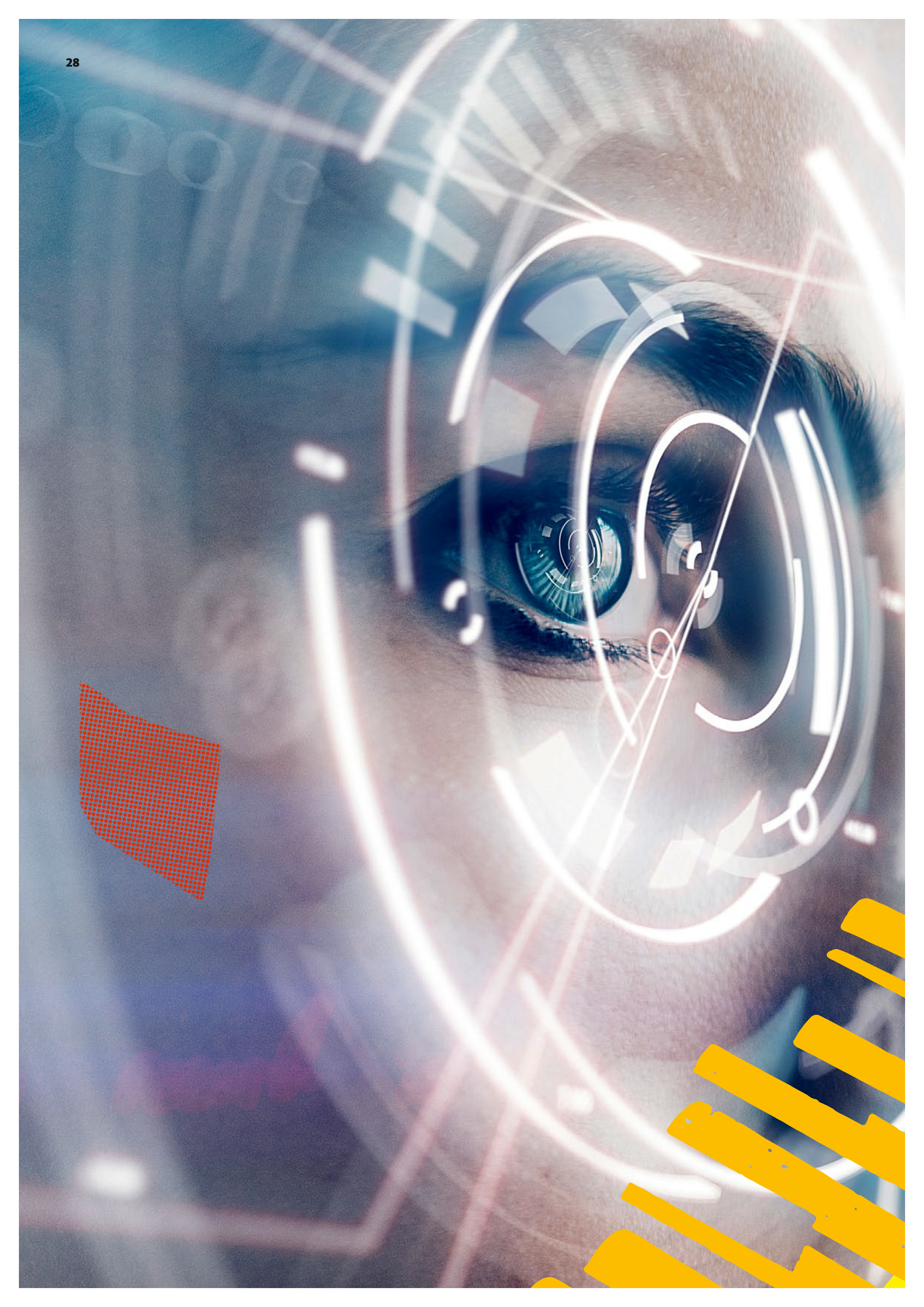
46 Vgl. Oldemeyer (1978), S. 37 ff.

47 Grundsätzlich stützen sich Schwartz’ Arbeiten insbesondere auf die Theorien von Milton Rokeach und Geert Hofstede.

48 Die universelle Existenz von Werten führt Schwartz darauf zurück, dass jeder Mensch ähnliche Reaktionen auf drei Grundbedürfnisse zeigt: a) die Notwendigkeit menschlicher Interaktion, b) das Bedürfnis, sich in funktions- und überlebensfähige soziale Gruppen einzugliedern, und c) biologische Bedürfnisse.

49 Siehe auch Tabelle 6 im Anhang.

50 Siehe Schwartz (1992); Schwartz (1994); Lechleiter (2016), S. 56 ff.; Verwiebe (2018), S. 67 ff.

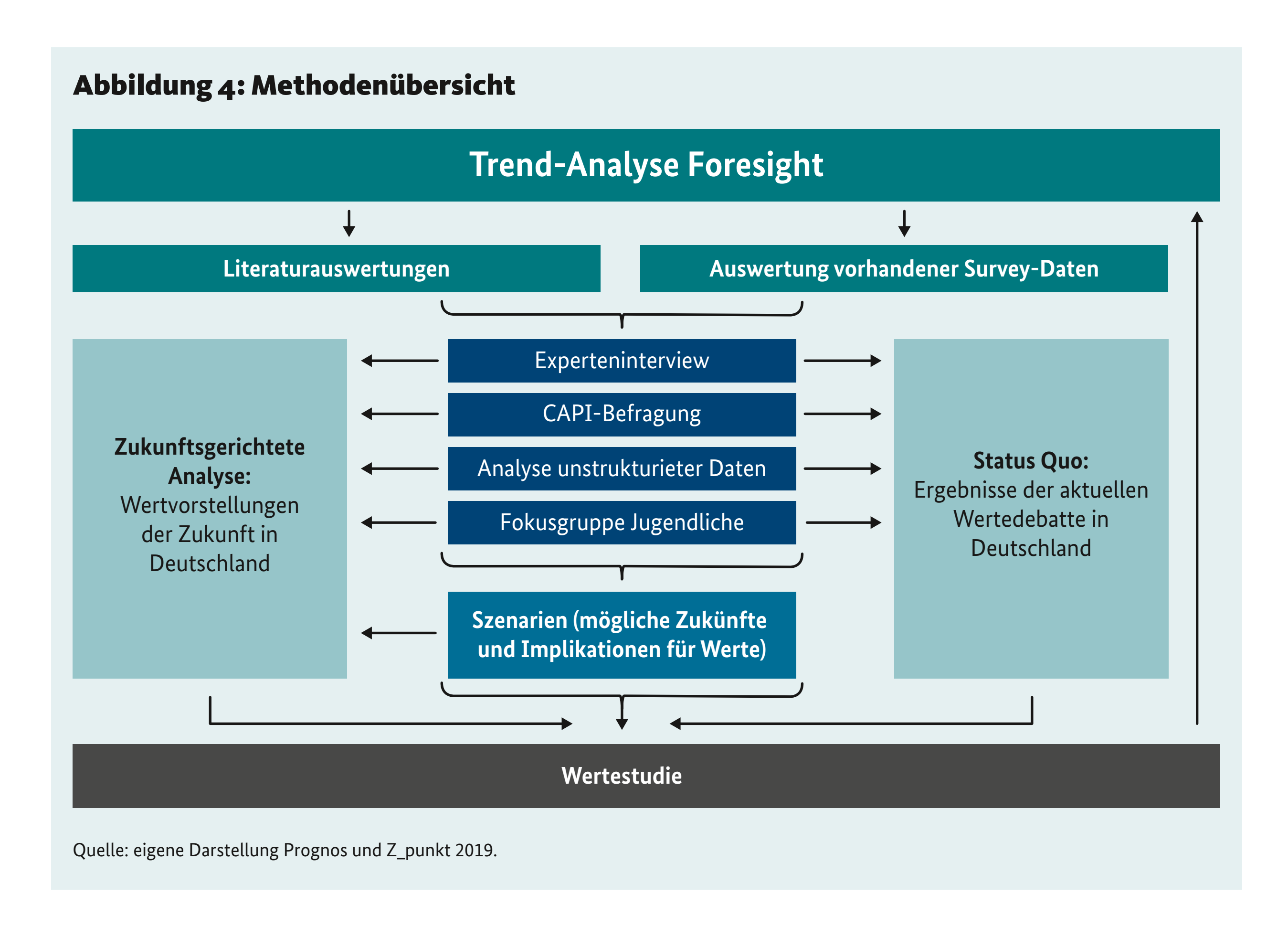




3 METHODISCHE VORGEHENSWEISE UND RESTRIKTIONEN

Die vorliegende Studie stützt sich auf ein breites Methodenrepertoire. Auf diese Weise begründen sich die Analysen auf unterschiedlichen qualitativen und quantitativen Methoden und ermöglichen damit die Reflexion des komplexen Themas aus unterschiedlichsten Blickwinkeln.

Abbildung 4: Methodenübersicht



Quelle: eigene Darstellung Prognos und Z_punkt 2019.

Ausgangsbasis der Studie bildet eine umfassende **Literatur- und Datenanalyse** des Status quo der Werteforschung in Form einer Inhaltsanalyse, d.h., die Ergebnisse der aktuellen Wertedebatte in Deutschland wurden systematisch erfasst. Die Komplexität des Untersuchungsgegenstandes, die gesellschaftliche Relevanz von Werten sowie deren Veränderung zeigen sich nicht zuletzt in der großen Heterogenität der methodischen und inhaltlichen Ansätze, die die Studien aufweisen: Sie unterscheiden sich in der adressierten Zielgruppe (Jugendliche vs. Bevölkerungsquerschnitt), dem Themenzuschnitt (Werte, Wertehypothesen, Einstellungen, Sorgen, Ängste, Normen etc.) sowie der methodischen Herangehensweise (z. B. CAPI/CATI, Tiefeninterviews mit Expertinnen und Experten und/oder der Bevölkerung, Social-Media-Analyse). Häufig fokussieren sich die Studien auf ausgewählte Lebensbereiche, anstatt einen Anspruch auf Vollständigkeit zu reklamieren, und die wenigsten bedienen sich, soweit nachvollziehbar, einer etablierten Wertetheorie.[51] Ergänzt wurden die Studien mit weiteren Studien zu relevanten Themen wie z. B. Mediennutzungsverhalten, Jugendkultur, Sozialisationstheorie und Entwicklungspsychologie.

Die Werteorientierung der Gesellschaft ist zudem Teil mehrerer regelmäßiger (und teils internationaler) Umfragen. Umfassend ausgewertet wurden deshalb die Daten des European Social Survey (ESS), der European Values Study (EVS) sowie der allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS).[52]

---

[51] Die Shell Jugendstudie nutzt die Theorie und die Werte von Helmut Klages.

[52] Für eine ausführlichere Beschreibung der Datensätze siehe Kapitel 9.4.



Ziel dieser Erhebungen ist es, eine repräsentative Datengrundlage zu den Wertvorstellungen der Bevölkerung zu schaffen, um damit Veränderungen über die Zeit hinweg[53] oder zwischen Regionen vergleichen zu können. Neben der Abfrage von Wertvorstellungen enthalten die Datensätze eine Reihe weiterer Informationen wie z. B. Daten zur Familiensituation oder Arbeit. Ergänzend wurden mehrere Spezialerhebungen des Eurobarometers zu Einstellungen zum technologischen Wandel ausgewertet.[54] Die Analysen wurden anhand von deskriptiven Statistiken durchgeführt.

Auch die Daten der Befragungen beruhen teilweise auf unterschiedlichen Erhebungsmethoden und Items. Es liegt in den untersuchten Studien und Datensätzen somit kein deckungsgleiches Muster dazu vor, wie einzelne Werte definiert sind und welche Werte erhoben werden.[55] Für die Systematisierung der Vielzahl an beschriebenen Themen, Lebensbereichen und Werten in den Studien und Daten wurden die gesammelten Erkenntnisse daher den Wertebegriffen von zwei etablierten Wertetheorien – jene von Helmut Klages und von Shalom H. Schwartz (siehe Kapitel 9.2) – zugeordnet. Ziel dabei war nicht, die Theorien mithilfe der Studien- und Datenergebnisse nachzubilden, sondern sich der den Theorien zugrunde liegenden Wertebegriffe zu bedienen und somit über alle Studien und Datensätze hinweg einheitliche Bezeichnungen und Themenbereiche zu generieren. Zudem wurden Werte identifiziert, die nicht in den etablierten Wertetheorien enthalten sind. Die auf diese Weise identifizierten 28 Werte[56] wurden dann wiederum in zehn inhaltlich-thematisch ähnlichen Wertegruppen[57] zusammengefasst. Eine trennscharfe und einander ausschließende Definition der Wertegruppen war dabei unmöglich, da viele Werte eng miteinander zusammenhängen und ineinandergreifen. Die Werte(gruppen) lassen sich nur selten vollständig isoliert voneinander betrachten.

Auf Basis der CAPI-Befragung und der Literatur- bzw. Datenanalyse kann für diese Werte(gruppen) eine Einschätzung über ihre aktuelle und zukünftige Bedeutung getroffen werden.[58]

Aufbauend auf den ersten Erkenntnissen der Literatur- und Datenanalyse wurde ein umfassendes **Interviewprogramm mit Expertinnen und Experten** durchgeführt. Insgesamt wurden 22 Expertinnen und Experten[59] aus verschiedenen Disziplinen und mit verschiedenen Schwerpunkten interviewt. Ziel war es einerseits, die Ergebnisse aus der Literatur- und Datenanalyse zu reflektieren. Andererseits wurden Informationen zu den Schlüsselfaktoren der Szenarien sowie zu den Instanzen der Wertebildung und -vermittlung erhoben und diskutiert. Dementsprechend wurden Personen interviewt, die zu dem Thema „Werte“ forschen, die an der Erarbeitung anderer Wertestudien beteiligt waren, die im Alltag u. a. mit Jugendlichen arbeiten und so einen Einblick in die Lebenswelten der jungen Menschen haben oder die einen thematischen Schwerpunkt mit Blick auf einen der Schlüsselfaktoren der Szenarien aufwiesen. Die Interviews waren jeweils in zwei Blöcke aufgeteilt:

- Bestandsaufnahme mit den Fragen: Wie ist die heutige Wertelandschaft in Deutschland, wer oder was vermittelt heute Werte und welche Treiber waren in den vergangenen Jahren prägend für die heutigen Entwicklungen?
- Zukunftsgerichtete Analysen mit den Fragen: Wie könnten sich Werte und Wertevermittlung entwickeln und was sind zukünftige wichtige technologische und gesellschaftliche Treiber im Wertekontext?

---

[53] Da die analysierten Befragungen wiederholte Querschnittsbefragungen sind, also in jeder Welle neue Personen befragt werden, und der Befragungszeitraum vergleichsweise kurz ist, können Alters- und Kohorteneffekte in der Interpretation nur begrenzt differenziert werden. Der Einfachheit halber wird im Folgenden daher immer von Alterseffekten gesprochen, die genannten Effekte könnten aber theoretisch auch auf den Geburtsjahrgang der Befragten zurückgeführt werden (Kohorteneffekt).

[54] Für eine ausführlichere Beschreibung der Datensätze siehe Kapitel 9.4.

[55] Für manche Werte gibt es deshalb lediglich Befunde aus zwei oder drei Studien, während nur wenige Werte in allen untersuchten Studien thematisiert werden.

[56] Die auf diese Weise zusammengetragenen 28 Werte erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern bilden nur die Ergebnisse und Inhalte der Studien und Datensätze ab.

[57] Unter einer Wertegruppe ist eine Gruppe von Werten zu verstehen, die in ihrer Bedeutung Anknüpfungspunkte aufweisen und darauf basierend sinnvoll gruppiert werden können.

[58] Ein Überblick zu den Wertegruppen findet sich in Kapitel 9.2 im Anhang.

[59] Für eine Auflistung der Expertinnen und Experten – sofern eine Einwilligung zur Namensnennung vorliegt – siehe Kapitel 9.6.

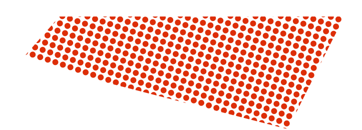
Die Interviews wurden innerhalb der beiden Blöcke jeweils nach den Bereichen Werte, Wertevermittlung und gesellschaftliche und technologische Treiber und Entwicklungen ausgewertet. Die Interviewergebnisse wurden dann entsprechend der Passfähigkeit in die Status-quo-Analyse oder die Szenarien bzgl. der zukünftigen Wertvorstellungen der Menschen in Deutschland eingearbeitet.

Für die Generierung einer eigenen Datenbasis mit Blick auf die Wertvorstellungen der Deutschen heute und für die Zukunft sowie zu wichtigen Einflussfaktoren und Instanzen der Wertebildung und -vermittlung wurde das Institut für Demoskopie Allensbach mit einer **CAPI-Befragung** beauftragt. Genutzt wurden Befragungsergebnisse aus zwei Wellen: Januar 2019 und November 2019. Die Ergebnisse der Umfrage im Januar 2019 stützen sich auf 1.249 Face-to-Face-Interviews mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahren (Orientierung an den Mikrozensusdaten), jene aus November 2019 auf 1.298 Face-to-Face-Interviews. Eine ausführliche Darstellung der Teilnehmerstatistik und der Untersuchungsdaten findet sich in Kapitel 9.4 im Anhang. Die Ergebnisse flossen insbesondere in die Status-quo-Analyse ein.

Ergänzend zu den zuvor beschriebenen Untersuchungen und Interviews wurde eine **Analyse unstrukturierter Daten** vorgenommen. Hierdurch werden erstmals Wechselwirkungen zwischen der Internetnutzungsdauer und den Werthaltungen[60] in Deutschland erfasst. Da Werte sich meist nur langfristig und inkrementell ändern, wurde untersucht, ob die Nutzung digitaler Medien und des Internets mit bestimmten Werthaltungen korreliert. Als Datenquelle wurde die ARD/ZDF-Massenkommunikation-Langzeitstudie genutzt, die das Mediennutzungsverhalten in Deutschland über viele Jahre abbildet. Eine Zuordnung der Befragten erfolgt in dieser Langzeitstudie zu den SINUS-Milieus in Deutschland. Da Werthaltungen als wesentliche Determinanten zu nennen sind, die wiederum mit der Zugehörigkeit zu Milieus korrespondieren, wurden in einem Zwischenschritt Ontologien entwickelt. Sowohl die in dieser Studie verwendeten Werthaltungen als auch die SINUS-Milieus wurden in Ontologien übersetzt. Mithilfe dieser Ontologien wurde das deutschsprachige Internet nach Aussagen durchsucht, die Rückschlüsse auf den Zusammenhang zwischen Milieuzugehörigkeit und Werthaltung zuließen. Hieraus wurden wiederum Kennwerte berechnet. Das Ergebnis ist eine tabellarische Darstellung der Internetnutzungsdauer für die in dieser Studie verwendete Wertesystematik. Da die Nutzung der genannten Medien im Laufe der nächsten Jahre noch erheblich an Bedeutung gewinnen dürfte, bieten die beobachteten Zusammenhänge wertvolle Hinweise zur Abschätzung des zukünftigen Wertewandels. Die aktuelle Analyse ermöglicht die Betrachtung von Wechselwirkungen mit der konkret in dieser Studie verwendeten Wertesystematik.

Begleitend zur Status-quo-Analyse wurde ein **explorativer Szenarioprozess** durchgeführt. Der im Rahmen der Analyse des zukünftigen Wertewandels gewählte Ansatz stellt die Ausgangsfrage „Was wäre, wenn…?“. Ziel der Szenarien war es, mögliche grundlegende Charakteristika Deutschlands in den 2030ern herauszuarbeiten, um den Zukunftsraum der Wertelandschaft und Wertevermittlung diskutieren zu können. Die Grundlage der Exploration bildete neben der Literaturanalyse und den Expertinnen- und Experteninterviews zum Status quo auch das Kriterium der Interdisziplinarität und Transdisziplinarität. Im zugrunde liegenden Prozess wurden Standards und Gütekriterien der Zukunftsforschung berücksichtigt. Dementsprechend wurden Ergebnisse und Zwischenresultate durch verschiedene Peer-Review-Verfahren überprüft und konsolidiert.

[60] Unter einer Werthaltung ist eine mehr oder weniger stabile individuelle Disposition, die ausdrückt, was eine Person im Leben wichtig findet und welche langfristigen persönlichen Lebensziele dementsprechend als wünschenswert erachtet werden, zu verstehen.



Der Weg von der Fragestellung zu den finalen Szenarien ist in sechs Schritte unterteilt (siehe Abbildung 13):

1. **Exploration der Einflussfaktoren:** Im ersten Schritt wurden im Rahmen einer Umfeldanalyse nach dem STEEP-Ansatz Einflussfaktoren identifiziert, welche die Zukunft der deutschen Gesellschaft und der Wertelandschaft mit Blick auf die 2030er Jahre maßgeblich beeinflussen könnten. Auf Basis der Literaturanalyse, der Interviews und der Foresight-Perspektive wurden zunächst insgesamt 52 Einflussfaktoren identifiziert und schließlich auf 26 verdichtet.

2. **Selektion der Schlüsselfaktoren:** In einem nächsten Schritt wurden mithilfe der Impact-Uncertainty-Analyse die Einflussfaktoren identifiziert, die sich durch eine besonders hohe Wirkungsstärke und hohe Unsicherheit hinsichtlich ihrer zukünftigen Entwicklung auszeichnen. Auf diese Weise wurden schlussendlich 14 Schlüsselfaktoren identifiziert (siehe Abbildung 12).

3. **Analyse der Entwicklungspfade:** Die identifizierten Schlüsselfaktoren wurden auf ihre möglichen Entwicklungspfade bis in die 2030er Jahre analysiert. Projektionen zeigen die plausiblen Ausprägungen der Entwicklung eines Schlüsselfaktors auf. Für jeden Schlüsselfaktor wurden hinreichend unterschiedliche und plausible Projektionen entwickelt. Aus den 14 Schlüsselfaktoren und den 49 Projektionen ergibt sich der morphologische Kasten (siehe Abbildung 12).

4. **Selektion der Rohszenarien:** Mithilfe des morphologischen Kastens wurde eine Konsistenzanalyse, die mögliche Konflikte und inkonsistente Wechselwirkungen zwischen den Projektionen aufdeckt, durchgeführt. In der Konsistenzanalyse wird für alle Projektionen im morphologischen Kasten die Frage gestellt: Kann Projektion X mit Projektion Y koexistieren bzw. gleichzeitig auftreten? Ziel der Konsistenzanalyse ist es, inkonsistente Szenarien von vornherein auszuschließen – und hochgradig konsistente und plausible Szenarien zu identifizieren. Aufbauend auf der Konsistenzanalyse wurden über die Verbindung der verschiedenen Projektionen „Rohszenarien" gebildet: Durch das Kombinieren von Projektionen im morphologischen Kasten ergeben sich aus den Wechselwirkungen der Projektionen zueinander erste Narrativkerne für spätere Szenarien. Aus einem größeren Set an Rohszenarien wurden mittels mehrerer Qualitäts- und Gütekriterien insgesamt vier mögliche Rohszenarien ausgewählt. Dies erfolgte auf Basis einer qualitativen Bewertung, der zentrale Kriterien zugrunde lagen:

   (1) **Konsistenz:** Die Szenarien dürfen keine Inkonsistenzen aufweisen und müssen in sich widerspruchsfrei sein. Einzelne Entwicklungen im Szenario dürfen sich nicht gegenseitig aufheben.

   (2) **Plausibilität:** Die Szenarien – und die Entwicklungen, die zu diesem Szenario führen – müssen plausibel sein, d. h. auf begründeten Annahmen beruhen.

   (3) **Unterschiedlichkeit:** Die Szenarien sollen eine möglichst große Bandbreite an konsistenten Kombinationen von Projektionen einschließen und dabei möglichst unterschiedliche Zukünfte beschreiben, d. h. den zukünftigen Möglichkeitsraum in der Breite erschließen.

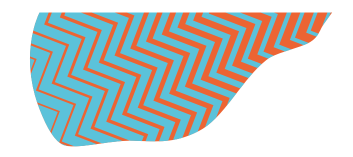
   (4) **Relevanz:** Die ausgewählten Szenarien müssen dem Erkenntnisinteresse folgen und es erlauben, die zentralen Fragen zum Wertewandel und zur Wertevermittlung zu diskutieren.

   (5) **Stabilität:** Die Szenarien müssen hinreichend zukunftsrobust sein und dürfen nicht bei kleinen „Erschütterungen" einzelner Faktoren in sich zusammenfallen.

5. **Entwicklung der Szenarien:** Im folgenden Schritt wurden die Rohszenarien präzisiert, welche die Szenariokerne – die zentralen Ideen und grundlegenden Charakteristika des jeweiligen Szenarios – enthielten. Dabei wurden die Treiberlogik und die Wechselwirkungen zwischen den Projektionen analysiert. Die Beschreibung der Treiberlogik skizzierte die Entstehungsgeschichte des Szenarios. Zugleich diente das Durchdenken der Treiberlogik und der Wechselwirkungen als Plausibilitätstest. Hieraus ergab sich der Rahmen für die Szenariobeschreibung, die Deutschland in den 2030er Jahren greifbar machen soll. Die Beschreibungen der möglichen Ausprägungen der deutschen Gesellschaft in den 2030er Jahren in den ausgewählten Szenarien wurden darüber hinaus in sechs Themenfeldern präzisiert. Dies diente auch dazu, eine Vergleichbarkeit unter den Szenarien herzustellen. Die Szenariobeschreibungen wurden im Rahmen der Synthese der Wertelandschaft und der Instanzen der Wertevermittlung mit externen Expertinnen und Experten in jeweils einem interdisziplinären Workshop gespiegelt und geschärft.
   Das Streben nach einer breiten Erschließung des zukünftigen Möglichkeitsraums führte zu einer Auswahl von Szenarien, die z. T. einen grundlegenden Wandel der Gesellschaft Deutschlands beschrieben. Nach Rücksprache mit dem Auftraggeber wurden zwei Szenarien ergänzt, in denen Pfade der Kontinuität eine stärkere Gewichtung erfuhren.

6. **Synthese der Wertelandschaft und der Instanzen der Wertevermittlung in den 2030er Jahren:** Die jeweilige Szenariobeschreibung liefert den Begründungszusammenhang für die Ableitungen auf die Wertelandschaft und Wertevermittlung in den jeweiligen Szenarien. Die potenziellen Veränderungen in der Wertelandschaft und den Instanzen der Wertevermittlung wurden nicht nur in interdisziplinären Expertinnen- und Expertenworkshops, sondern zusätzlich auch in Expertinnen- und Experteninterviews diskutiert. Im Sinne eines Peer Reviews dienten die Workshops und Interviews auch der Schärfung der Szenariobeschreibungen durch einen Personenkreis, der nicht direkt am Prozess der Szenarioerstellung beteiligt war. Er sollte durch Einbringen der eigenen Expertise wichtige Szenarioelemente mit Blick auf die Wertelandschaft und Wertevermittlung anreichern. Die im Gesamtprozess entwickelten Szenarien (sowie ihre jeweilige Ausgestaltung der Wertelandschaft und Instanzen der Wertevermittlung) stellen vier plausible Zukünfte für Deutschland in den 2030er Jahren dar. Die Exploration des um die skizzierten zwei Szenarien ergänzten zukünftigen Möglichkeitsraums soll helfen, das potenzielle Veränderungsspektrum der Wertelandschaft und der Instanzen der Wertevermittlung in Deutschland auszuloten.





Um spezifisch die Sichtweise von Wertvorstellungen Jugendlicher aufzunehmen, wurde schließlich eine **Fokusgruppe** mit Schülerinnen und Schülern der Hochtaunusschule Oberursel durchgeführt. Es handelt sich dabei um eine berufliche Schule mit überwiegend technischer Ausrichtung. Die zweistündige Veranstaltung fand im Dezember 2019 in den Schulräumlichkeiten der Hochtaunusschule Oberursel statt. Zehn Schülerinnen und Schüler unterschiedlicher Fachbereiche im Alter von 16 bis 21 Jahren nahmen teil. Die Leitfragen der Jugend-Fokusgruppe waren:

- Was ist aus eurer Sicht ein Wert, wie würdet ihr einen Wert definieren?
- Wenn ihr mal darüber nachdenkt, was euch im Alltag wichtig ist, wie würdet ihr das beschreiben?
- Und wenn ihr darüber nachdenkt, warum euch diese Dinge wichtig sind, wer oder was, würdet ihr sagen, hat euch geprägt? Wer sind eure Vorbilder?
- Wenn ihr euch vorstellt, selbst einmal Kinder zu haben, was wollt ihr diesen einmal weitergeben, wie wünscht ihr euch, dass eure Kinder leben?

Damit wurden die Aufarbeitung des Forschungsstandes, die eigene Empirie sowie die Szenarioanalysen durch eine stärker subjektiv geprägte und durch ein interaktives Vorgehen gewonnene Sichtweise ergänzt. Die soziale Entität „Jugendliche in der Ausbildungssituation“ wurde gewählt, um aktuelle Sichtweisen von Personen zu gewinnen, die einerseits über einen gemeinsamen Interpretationsrahmen zu aktuellen Ereignissen verfügen. Andererseits befinden sich die Jugendlichen in einer Lebensphase, in der die beruflichen Sozialisationsinstanzen und weitere Peer Groups einen Bedeutungsgewinn gegenüber den primären Sozialisationsinstanzen erfahren.

Dieses breite Methodenportfolio mit einer starken empirischen Grundlage sichert eine hohe Belastbarkeit der Aussagen und Befunde. Gleichwohl wird die Wertediskussion höchst dynamisch und kontrovers geführt, zumal sie häufig von individuellen Wahrnehmungen und aktuellen Ereignissen überlagert wird. Und gerade der szenariobasierte Blick öffnet den Zukunftshorizont – und damit auch Interpretationsspielräume. Umso bedeutsamer ist es, Ergebnisse immer wieder kausal rückkoppeln oder mit eigenen Befunden belegen zu können.





4
DIE WERTELANDSCHAFT DEUTSCHLANDS: WAS UNS HEUTE WICHTIG IST UND WIE ES MORGEN SEIN SOLLTE

4

Was bewegt die heutige Gesellschaft? Welches sind die erstrebenswerten Lebensziele der Menschen für das Hier und Jetzt und wie lauten ihre Wünsche für die Zukunft? Einen Einblick in die heutige Wertelandschaft Deutschlands, die Entwicklungen der vergangenen Jahre sowie die Wünsche und Erwartungen der Menschen für die Zukunft aus heutiger Perspektive ergibt die zusammenfassende Analyse der im Auftrag dieser Studie durchgeführten CAPI-Befragung sowie ausgewählter Studien und Datensätze. Ergänzt und abgerundet werden die Befunde durch die Ergebnisse aus den Interviews mit Expertinnen und Experten und der Fokusgruppe mit Jugendlichen. Die nachfolgenden Beschreibungen von Werten und Wertegruppen beziehen sich zudem auf die folgenden zehn Wertegruppen, die auf Basis der wissenschaftlichen Vorarbeiten und Auswertungen weiterer Literatur gebildet wurden.

Soziale Wertegruppe:

Unter sozialen Werten sind jene wie Familiensinn, Freundschaften oder Partnerschaft zu verstehen. Das heißt Werte, die die Nähe und den Kontakt zu anderen Menschen (insbesondere Bezugspersonen) bzw. dem sozialen Umfeld beschreiben.

Bewusstseinsorientierte Wertegruppe:

Eine bewusste und achtsame Lebensführung, die Rücksichtnahme auf sich und die unmittelbare Umwelt einschließt, steht im Mittelpunkt dieser Wertegruppe. Das Credo lautet: sich von seinen Gefühlen leiten lassen. Allen voran stehen die Werte Umwelt, Gesundheit und Nachhaltigkeit.

Gemeinschaftsbezogene Wertegruppe:

Gemeinschaftsbezogene Werte beschreiben Bereiche, die auf die Zusammengehörigkeit von Gruppen oder auch ganzer Gesellschaften abzielen. Der allgemeine Zusammenhalt, die soziale Hilfsbereitschaft und die Toleranz gegenüber anderen stehen im Vordergrund (Solidarität, Gleichheit, Gerechtigkeit, auch Generationengerechtigkeit und Toleranz bzw. Respekt gegenüber den Mitmenschen).

Selbstbestimmungsorientierte Wertegruppe:

Werte in dieser Gruppe beschreiben im Großen und Ganzen Themen, die dem Liberalismus zuzuordnen sind. Es handelt sich vordringlich um freiheitliche Werte, die Selbstverwirklichung jenseits gesellschaftlicher Zwänge und Abhängigkeiten erlauben sowie Selbstorganisation ermöglichen. Selbstbestimmungsorientierte Werte stehen häufig im Gegensatz zu dem Wert (nationaler politischer) Sicherheit. Unabhängigkeit, welche wiederum ein selbstbestimmtes Handeln ermöglicht, steht im Kontext unterschiedlichster Lebensbereiche – von der Unabhängigkeit in der Familie über finanzielle Unabhängigkeit bis hin zu politischer bzw. politisch garantierter Unabhängigkeit.

Politikorientierte Wertegruppe:

Politikorientierte Werte bilden ein breites Spektrum im Bereich des Engagements und der Verantwortungsübernahme ab. Im Fokus stehen einerseits Werte, die auf die persönliche Verantwortungsübernahme abzielen (Eigenverantwortung), d.h. Verantwortung für das eigene Handeln übernehmen und gegenüber der Gemeinschaft bzw. Gesellschaft. Andererseits sind in dieser Gruppe Werte vertreten, die das aktive oder passive politische Engagement (z.B. Partizipation oder politisch informiert sein) beschreiben.

Leistungsbezogene, materialistische Wertegruppe:

Leistungsorientierte, materialistische Werte berücksichtigen insbesondere die berufliche Situation bzw. berufliche Wünsche und den persönlichen Lebensstandard. Typische Werte sind z.B. Leistung, Lebensstandard oder Erfolg.

Hedonistische Wertegruppe:

Hedonistische Werte sind Werte, die die Lust und Freude am Leben umschreiben (zum Beispiel Lebensfreude, Abenteuer, Spaß, Neugierde, Aufregung). In seiner Reinform ist Hedonismus inzwischen teilweise negativ konnotiert – Grund dafür ist die Annahme, dass es sich um eine egoistische, exzessive und übertriebene Form des Vergnügens handelt.

Normorientierte Wertegruppe:

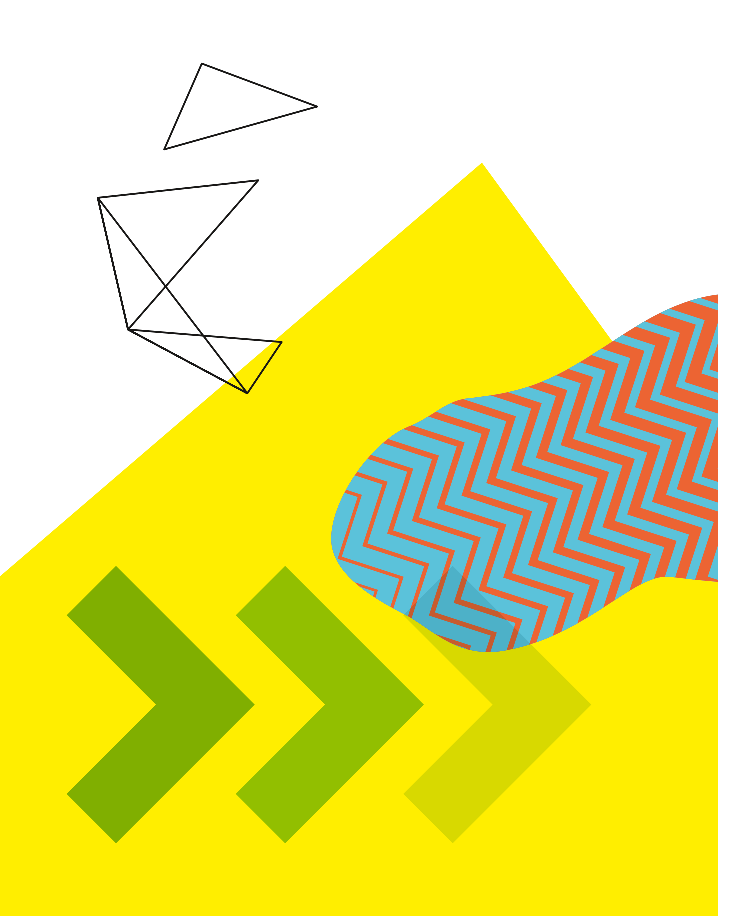
Normorientierte Werte sind Werte, die eine Gesellschaft oftmals stabilisieren. Es handelt sich um Werte wie Sicherheit oder Gesetzesakzeptanz. Analog zu Freiheit wird Sicherheit häufig im Kontrast zur Freiheit diskutiert. Sicherheit kann dabei in vielen unterschiedlichen Bereichen eine Rolle spielen.

Gestaltungsorientierte Wertegruppe:

Die gestaltungsorientierten Werte beschreiben in erster Linie Werte, in denen es um Offenheit für Neues geht (z.B. gegenüber Technologie) bzw. Kreativität und Aufgeschlossenheit sowie innovative Bereiche.

Traditionsorientierte Wertegruppe:

Die traditionsorientierten Werte sind in der Regel Werte wie Religion, Konservatismus oder Nationalstolz, d.h. Werte, die in früheren Zeiten sehr wichtig waren, inzwischen aber grundlegend an Bedeutung verloren haben.



4.1 Was uns heute wichtig ist: persönliche Wünsche und die Wahrnehmung von Werten in der Gesellschaft

Eine Vielzahl von zum Teil polarisierenden Wertvorstellungen prägt die heutige Gesellschaft.

Der aktuelle Befund aus der repräsentativen Bevölkerungsbefragung zeigt: Die Vorstellungen des „Wünschenswerten" in unserer Gesellschaft zeugen zwar in einigen (Lebens-)Bereichen durchaus von Einigkeit und Übereinstimmung, dennoch sind sie ganz im Sinne einer demokratischen Gesellschaft durch vielfältige Werthaltungen gekennzeichnet, die nicht selten mit soziokulturellen Charakteristika wie z. B. Einkommen, Bildung, Herkunft, Alter etc. zusammenhängen[61] (siehe Abbildung 7). Aus Sicht der Befragten handelt es sich zunehmend um gegensätzliche, auseinanderdriftende Wertvorstellungen. Sie nehmen eine Polarisierung der Gesellschaft wahr, die in ihren Augen ein hohes Konfliktpotenzial birgt (siehe Abbildung 5). Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch die Studie „More in Common". Einerseits erachten 70 % der Befragten gesellschaftlichen Zusammenhalt als zukunftsrelevant, andererseits sind rund 53 % der Meinung, dass die gesellschaftlichen Differenzen hierfür bereits zu groß sind.[62]

Der Eindruck zunehmend unterschiedlicher Wertvorstellungen ist in einzelnen Bevölkerungsgruppen stärker bzw. weniger stark ausgeprägt. Einen eindeutigen Effekt weist dabei das Alter auf. Je älter die Befragten sind, desto intensiver nehmen sie Unterschiede wahr (16- bis 29-Jährige: 53 %; 60 Jahre und älter: 77 %).[63] Auch das politische Interesse macht einen Unterschied. Unter den Politikinteressierten finden sich vergleichsweise mehr, die den Eindruck divergierender Wertvorstellungen haben. Skeptiker sind stärker unter jenen zu finden, die die aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen als etwas Negatives wahrnehmen. Die größten Unterschiede werden deutlich, wenn verschiedene Faktoren kombiniert und zu Lebensphasenmilieus[64] zusammenfasst werden. Am meisten nehmen Paare im Alter von 60 Jahren oder älter mit einem gehobenen sozioökonomischen Hintergrund[65] sowie Alleinstehende dieser Altersgruppe (81,5 % und 79,1 %) eine Wertedivergenz wahr. Von den unter 40-Jährigen ohne Kinder sieht nur gut die Hälfte ein Auseinanderdriften der Wertvorstellungen (siehe Tabelle 1).

Wie viele Subwelten und unterschiedliche Vorstellungen tatsächlich die Gesellschaft prägen, ist allerdings schwer zu bestimmen. Während z. B. die Studie „Next Germany"[66] lediglich zwei unterschiedliche Gruppen identifiziert – die „starke Gemeinschaft" vs. die „starken Individuen" –, stellt die SINUS-Studie „Wie ticken Jugendliche"[67] sieben Lebenswelten von Jugendlichen vor, angefangen bei den Konservativ-Bürgerlichen bis hin zu den Expeditiven. Die Shell Jugendstudie wiederum arbeitet mit vier Typen: Idealistinnen und Idealisten, Zögerlichen, Machern sowie Materialistinnen und Materialisten.[68]

61 Die Ergebnisse unterschiedlicher Studien kommen dabei allerdings nicht immer zu einheitlichen Ergebnissen.

62 Vgl. Krause et al. (2019), S. 30 ff.

63 Institut für Demoskopie Allensbach (2019).

64 Gebildet aus den Angaben zu Schul- und Berufsbildung, Berufskreis, Nettoeinkommen des Hauptverdieners, sozialer Schicht nach dem Interviewer-Eindruck.

65 Acht Gruppierungen nach Altersgruppen, Kinderlosigkeit/Elternschaft/einzel- oder zusammenlebend, kombiniert mit dem sozioökonomischen Status, der zweigeteilt wird: einfach = Punkteskala von 0 bis 90 auf einer Skala von 1 bis 140; gehoben = Punkteskala von 91 bis 140 auf einer Skala vom 1 bis 140.

66 Vgl. Brühl et al. (2017), S. 8 ff.

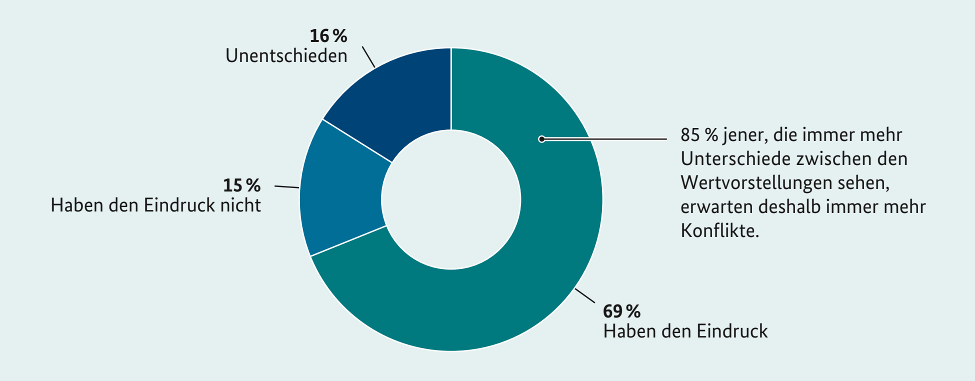
67 Vgl. Calmbach et al. (2016), S. 37 ff.

68 Vgl. Albert et al. (2015), S. 265.

Abbildung 5: Wahrnehmung divergierender Wertvorstellungen

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre; N=1.298

***Frage:** Haben Sie den Eindruck, dass sich die Wertvortellungen in unserer Gesellschaft immer mehr unterscheiden, oder haben Sie nicht diesen Eindruck?*



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.



Aus Sicht der Befragten schwindet der gesellschaftliche Zusammenhalt. Trennlinien verlaufen in Deutschland nach wie vor primär entlang sozioökonomischer Faktoren.

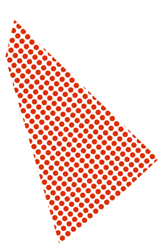
Einhergehend mit dem Eindruck auseinanderdriftender Wertvorstellungen wird der Zusammenhalt in unserer Gesellschaft von mehr als der Hälfte der Befragten als schwach bezeichnet und nahezu 60 % haben den Eindruck, dass sich dies in den vergangenen Jahren verschlechtert hat. Nur 23 % sehen die gegenwärtige Kohäsion als stark und nur 4 % sehen heute einen stärkeren Zusammenhalt als zuletzt. Die Vermächtnisstudie von Jutta Allmendinger kommt zu ähnlichen Ergebnissen: Nur 17 % der Befragten stimmen der Frage „Verbindet die Menschen in Deutschland ein Wir-Gefühl?“ zu.[69] Auch die Bertelsmann Stiftung kommt in ihrer Studie zum sozialen Zusammenhalt zu ähnlichen Befunden: Im Durchschnitt empfinden nur 25 % der Befragten den zukünftigen Zusammenhalt in Deutschland als nicht gefährdet. Wahrnehmungsunterschiede zeigen sich anhand des Bildungsniveaus. Je niedriger dieses ist, desto häufiger herrscht der Eindruck eines eher schwächeren gesellschaftlichen Zusammenhalts vor, der in den vergangenen Jahren zudem gefühlt weiter nachgelassen habe.[70] Dabei hängt die Vorstellung einer Verringerung des gesellschaftlichen Zusammenhalts eng mit der dominierenden Vorstellung zusammen, dass der Zusammenhalt schon jetzt schwach sei.

Danach gefragt, wie die Befragungsteilnehmer Veränderungen in Deutschland in den vergangenen Jahren wahrnehmen – eher negativ oder positiv –, zeichnet sich eine negative Bilanz ab. 47 % sind der Meinung, dass unter den Veränderungen der letzten Jahre die negativen überwiegen, während lediglich 22 % positive Entwicklungen sehen.[71] Zu noch eindeutigeren Befunden kommt die Studie „More in Common“. 64 % der Teilnehmenden gaben an, dass sich die gesellschaftliche Lage in den letzten fünf Jahren verschlechtert habe; 55 % der Teilnehmenden prognostizieren dies für

[69] Siehe auch Allmendinger (2017), S. 132.

[70] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[71] Vgl. Arant et al. (2017), S. 57 ff.



die folgenden fünf Jahre.[72] Dabei entfaltet sich jedoch ein aufschlussreiches, paradoxes Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher und individueller Wahrnehmung. Denn der Pessimismus beruht in den wenigsten Fällen auf Erfahrungen im eigenen Lebensumfeld. Während die grundsätzlichen Entwicklungen im Land im Verhältnis von zwei zu eins als negativ wahrgenommen werden, werden gleichzeitig die Entwicklungen im persönlichen Umfeld im Verhältnis von zwei zu eins als eher positiv eingestuft (siehe Abbildung 27). Gestützt werden kann dies durch ähnliche Befunde der jährlichen Ipsos-Studien zur Kluft zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit in Gesellschaften. In deren Irrtumsindex erreicht Deutschland – im Vergleich zu mehr als 30 anderen Ländern – regelmäßig nur einen der hinteren Plätze. Die subjektive Wahrnehmung der Deutschen von der gesellschaftlichen Lage ist dementsprechend häufig negativer als die soziale Realität.[73]

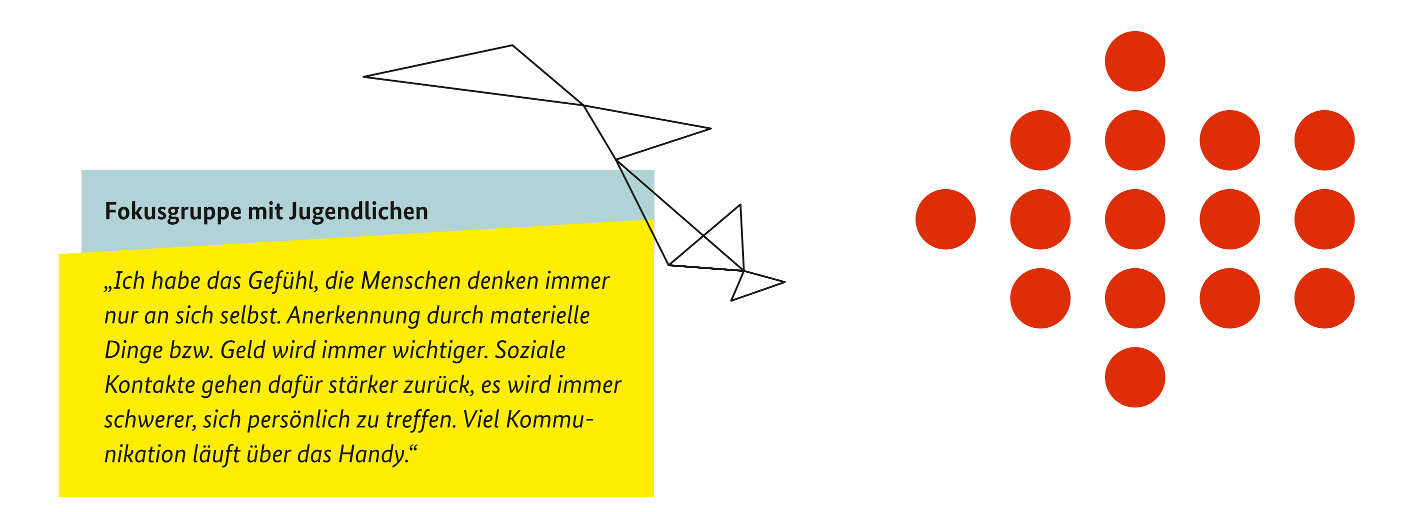
Es zeigt sich, dass Befragte, die kein Vertrauen in den positiven Einfluss von Wissenschaft und Technologie auf Gesellschaftsentwicklungen haben, die Veränderungen in Deutschland wesentlich pessimistischer einschätzen. Jene mit einem hohen Vertrauen nehmen zwar auch mehrheitlich die negativen Veränderungen wahr, dennoch steigt unter ihnen der Anteil derer, die positive Entwicklungen sehen, stark an. Die Wahrnehmung des privaten Umfelds hingegen verändert sich vor allem mit dem sozioökonomischen Status bzw. dem Bildungsniveau und dem Einkommen sowie dem Alter: Menschen mit einem höheren Einkommen, einer höheren Bildung und einem höheren Sozialstatus sowie Jüngere sehen die Veränderungen im privaten Umfeld tendenziell eher positiv. Menschen mit einem niedrigeren Einkommen, einer niedrigeren Bildung und einem geringeren Sozialstatus sowie Ältere zeigen ein geteiltes Meinungsbild: Veränderungen stehen sie etwa zu gleichen Teilen positiv, negativ oder unentschieden gegenüber (siehe Tabelle 1).

Die Ursachen für den Verfall des Zusammenhalts sehen die Befragten sowohl in gesellschaftlichen und technologischen als auch in wertbezogenen Entwicklungen. Allen voran steht dabei – anknüpfend an den Befund, dass jene mit niedrigerem sozialem Status stärker befürchten, nicht Schritt halten zu können – der wahrgenommene soziale Unterschied zwischen Arm und Reich (79 %). Erneut nimmt vor allem der soziale Status Einfluss auf die Beurteilung: Menschen mit einem niedrigeren Status nennen die soziale Kluft tendenziell häufiger als Grund, wobei es sich in allen drei Vergleichsgruppen um den meistgenannten Grund handelt (niedriger Status: 87 %, mittlerer Status: 78 %, hoher Status: 73 %). Diese Wahrnehmung stützt sich auf den in den vergangenen Jahren relativ konstanten Abstand der Haushaltseinkommen in Deutschland und eine relative Armutsquote, die seit Jahren über 15 % der Bevölkerung einschließt.[74] Aber auch Bewohner aus den neuen Bundesländern meinen, einen stärkeren Anstieg wahrzunehmen (West: 77 %, Ost: 87 %).[75] Der zweitwichtigste Grund und nahezu gleichauf mit der sozialen Ungleichheit ist ein gefühlter Anstieg von Egoismus. Beide Argumente führen knapp vier von fünf der Befragten an; sie dominieren damit die Rangliste deutlich. Alle weiteren Argumente liegen mindesten 25 Prozentpunkte dahinter und damit in der Gewichtung eng beieinander. Jeweils ca. die Hälfte der Befragten sieht

- größer werdende Unterschiede in den politischen Einstellungen, die zudem unversöhnlicher werden,
- die Abnahme persönlicher Kontakte und den steigenden Einfluss sozialer Medien auf das Informations- und Kommunikationsverhalten und
- eine zunehmende Abschottung einzelner Gruppen untereinander

als Gründe für ein Abnehmen des gesellschaftlichen Zusammenhalts (siehe Abbildung 6).

[72] Vgl. Krause et al. (2019), S. 30 ff.
[73] Vgl. Ipsos (2019b).
[74] Vgl. Stockhausen, Caldéron (2020), S. 10 ff. und Pieper et al. (2019), S. 4 und S. 15.
[75] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).



Fokusgruppe mit Jugendlichen

„Ich habe das Gefühl, die Menschen denken immer nur an sich selbst. Anerkennung durch materielle Dinge bzw. Geld wird immer wichtiger. Soziale Kontakte gehen dafür stärker zurück, es wird immer schwerer, sich persönlich zu treffen. Viel Kommunikation läuft über das Handy.“

Abbildung 6: wahrgenommene Gründe für das Abschwächen des Zusammenhalts in der Gesellschaft

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre; N=733

Frage: *Woran liegt das, was sind aus Ihrer Sicht die Gründe dafür, dass der Zusammenhalt in unserer Gesellschaft schwächer geworden ist? (Listenvorschlag)*

Grund	Anteil
Anstieg sozialer Unterschiede (arm vs. reich)	79 %
Zunahme Egoismus	78 %
Abnahme persönliche Kontakte durch soziale Medien	52 %
Größere Unterschiede in politischen Einstellungen	50 %
Einfluss sozialer Medien auf Kommunikation und Information	50 %
Die Leute haben immer mehr zu tun, bleiben unter sich	49 %
Weniger Familiensinn	47 %
Viele sind ständig unterwegs / wenig Zeit mit Freunden / Nachbarn	45 %
Hohe Mobilität und wenig stabile Nachbarschaften	42 %
Einfluss der Medien	40 %
Zuwanderung: weniger gemeinsame Überzeugungen/Lebensweisen	40 %
Weil sich alles so schnell verändert	38 %
Zunehmende Globalisierung	31 %
Weniger Nationalbewusstsein	29 %
Kirche: Verlust von Einfluss	26 %

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.



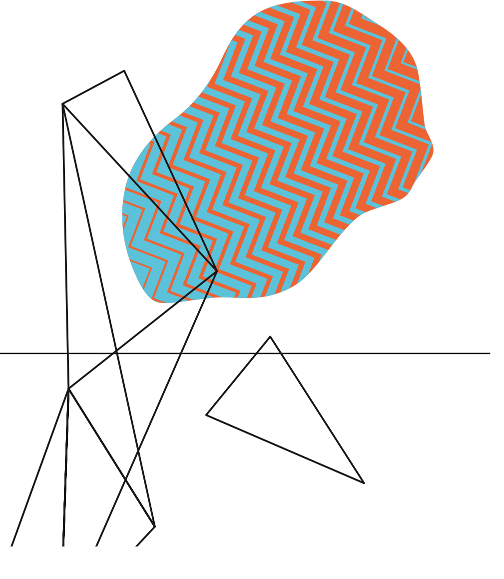
Unterschiede bei der Nennung der Gründe ergeben sich erneut vor allem anhand der Herkunft (Ost/West) und des sozioökonomischen Status (und meist parallel anhand von Bildung und Einkommen), z. B. in Bezug auf die Relevanz von sozialen Unterschieden, dem Familiensinn, der Zuwanderung (Ost höhere Gewichtung als West; niedriger Status höhere Gewichtung als höherer Status; siehe Tabelle 2) und dem Einfluss der (sozialen) Medien (West höhere Gewichtung als Ost, Abnahme der Gewichtung mit zunehmenden Status). Vereinzelt spielen aber auch Faktoren wie das Alter oder die Wohnortgröße eine Rolle. Die Geschlechter unterscheiden sich nur beim Einfluss der Medien erwähnenswert: Frauen nennen diesen Grund weniger häufig.[76]

Expertinnen- und Experteninterview 20

„Tagesaktuelle Themen können an Bedeutung gewinnen. Jetzt sind es Migration und Klimawandel. In ein paar Jahren können es andere Themen sein. Was sich aber abzeichnet, ist, dass die grundlegenden Konflikte nicht gelöst werden und gesellschaftliche Gruppen voneinander getrennt bleiben."

Somit stellt sich die Frage: Was sind in der Wahrnehmung der Menschen in Deutschland Trennlinien? Welche sind die Gegensätze, an denen potenzielle Brüche verlaufen, die ggf. durch die zuvor genannten Entwicklungen verschärft werden? Die Ergebnisse der CAPI-Befragung zeigen eindeutig, dass die Spaltung der deutschen Gesellschaft nach wie vor überwiegend durch sozioökonomische Faktoren, wie z. B. soziale Schicht, Bildung und Einkommen (siehe Abbildung 28), hervorgerufen wird. Auch politische Einstellungen und die Herkunft (ob man aus Deutschland oder einem anderen Land kommt) nennen die Befragten. Dennoch werden diese beiden Faktoren weniger stark als Ursache einer gesellschaftlichen Trennlinie wahrgenommen als die zuvor genannten. Auch Werte an sich, d. h. welche Werte z. B. durch die Familie weitergegeben werden oder nach welchen Grundsätzen man lebt, werden als ein trennender Faktor gesehen. Allerdings – und obwohl Wertedivergenzen wie beschrieben aus Sicht der Mehrheit zu mehr Konflikten führen – stehen sie in der Wahrnehmung von dem, was die Gesellschaft trennt, hinter gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen (je 38 %; siehe Abbildung 28). Werte spielen also bei der Erklärung von trennenden Faktoren eine ungleich geringere Rolle als bei den Ursachen für einen schwächer werdenden Zusammenhalt (siehe Abbildung 5).

Erneut wird deutlich: Unterschiedliche Beurteilungen des in Deutschland Trennenden zeigen sich insgesamt überwiegend in den Merkmalen Herkunft (Ost/West) und sozioökonomischer Status. Das Geschlecht spielt nun jedoch eine größere Rolle. Im Vergleich zu den Gründen für den Verfall des Zusammenhalts werden weitaus öfter Unterschiede in dem, was die Geschlechter als Trennlinien wahrnehmen, deutlich (siehe Tabelle 3). Vereinzelt, insbesondere in Bezug auf die wertbasierten trennenden Faktoren, ändern sich die Ansichten auch mit der Altersgruppe (z. B. betrachten Personen, die 45 Jahre oder älter sind, in der Familie vermittelte Werte eher als etwas Trennendes; ab 45: 42 %; unter 45: 30 %), der Größe des Wohnortes (Letzteres insbesondere mit Blick auf die in der Familie vermittelten Werte; unter 10.000 Einwohner: 46 %; über 10.000 Einwohner 34 %) und dem Grad der plitischen Interessiertheit (politisch Interessierte: 47 %, weniger politisches Interesse: 29 %).[77]



[76] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[77] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).



Die Wertelandschaft ist gekennzeichnet durch eine umfassende, immer schnellere und vielfältigere inhaltliche Neuaufladung.

Auch wenn die Wertelandschaft in unserer Gesellschaft vielfältige Vorstellungen in sich trägt, ist das Wertegerüst, auf das sich Deutschland stützt, relativ konstant. Das entspricht auch der grundsätzlichen These der Wertestabilität. Die grundlegende Rangfolge der Werte veränderte sich in den vergangenen Jahren nur geringfügig (siehe Abbildung 34). Dennoch ist erkennbar, dass gesellschaftliche und technologische Veränderungen von den Befragten durchaus antizipiert werden und kurzfristige, periodische sowie partiell auch langfristige Verschiebungen der „Werterangfolge" stattfinden. Heraus sticht auch, dass getreu dem Motto „Panta rhei – alles fließt" viele Werte in Bewegung sind und eine umfassende oder auch vielfältige Neuaufladung, d. h. inhaltliche Neugestaltung, kontinuierlich stattfindet. Dabei wandeln sich die Inhalte heutzutage, getrieben durch Megatrends wie Globalisierung und Digitalisierung, immer schneller.[78]

An der Einschätzung der Werte, die individuell wichtig sind bzw. vielen Menschen wichtig sind, fällt das teils große Auseinanderklaffen der Beurteilungen auf (vgl. Abbildung 7 bzw. Tabelle 3). Deutlich überwiegen die Voten, die den Werten eine individuelle Bedeutung zumessen, welche als stärker bewertet wird als die übergeordnete gesellschaftliche Priorisierung. Nur in wenigen Fällen, die sich einem stärker materialistisch-hedonistischen Wertekontext zuordnen lassen, dominieren die Einschätzungen, dass die Gesellschaft diesen Werten eine höhere Bedeutung beimisst als die oder der Einzelne. Offenkundig wird die deutsche Gesellschaft in ihrer Grundorientierung als viel materialistischer wahrgenommen, als die Individuen sich selbst in ihrer eigenen Werteorientierung sehen.



Allen voran und in großer Einigkeit sind den Befragten soziale Kontakte im „echten", d. h. analogen Leben wichtig.

Expertinnen- und Experteninterview 8

„Manche Jugendliche sehen die (digitale) Gesellschaft als dunklen Raum, in dem man niemanden kennt und nichts sieht. Zur Sicherheit bleibt man lieber mit dem Rücken an der Wand, Begegnung wird so zum Zufall. Daher sind die Familie und das eigene Umfeld noch wichtiger als früher."

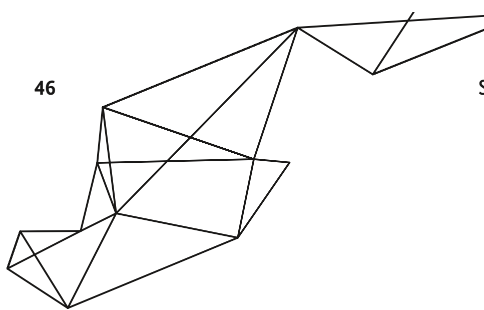
An der Spitze[79] des Wünschenswerten stehen zweifelsohne ungebrochen soziale Werte (z. B. Freundschaft, Familie und Partnerschaft, siehe Abbildung 34 und Kapitel 9.3.1), und dies in der Gesamtschau relativ ungeachtet eines bestimmten Sozialprofils.[80] Die Studie Values & Visions 2030 macht deutlich, die „klassische Familie" ist stark erwünscht, im Werteindex 2018 ist die Familie im Ranking von Platz 6 in der Vorgängerstudie auf Platz 3 gerückt und die Vermächtnisstudie kommt zu dem Ergebnis, Partnerschaft und Liebe sind den Menschen nicht weniger wichtig geworden, aber es herrscht eine zunehmende Vielfalt der Lebensmodelle.[81] Megatrends wie Globalisierung und Digitalisierung, die einen Überfluss an Informationen, eine permanente Verfügbarkeit (digitaler) sozialer Kontakte und eine nahezu grenzenlose weltweite Vernetzung hervorbrachten, führen in Teilen zu einer Rückbesin-

[78] Auf eine ausführliche Beschreibung der inhaltlichen Neuaufladungen einzelner Werte oder Wertegruppen wird nachfolgend aus Gründen des Umfangs verzichtet. Kapitel 9.3 im Anhang gibt jedoch eine detaillierte Beschreibung.

[79] Die hier vermeintlich dargestellte Rangordnung der Wertegruppen basiert maßgeblich auf der Gesamtschau mehrerer Daten und Studien. Einzelnen Studien können hiervon abweichen.

[80] Erwartungsgemäß sind Freundschaften zwar in jüngeren Jahren etwas bedeutender und umgekehrt Familie in älteren Jahren, ebenso ist Frauen Familie etwas wichtiger. Jedoch sind die Unterschiede eher gering.

[81] Siehe auch Fernow et al. (2017), S. 36 ff.; Allmendinger (2017), S. 123 f.; Albert et al. (2015), S. 243 ff.; Albert et al. (2019), S. 20 und Wippermann, Krüger (2018), S. 42 ff.



nung oder auch „Re-Lokalisierung" zur unmittelbaren Umgebung bzw. Umwelt und dem Wunsch nach „echten" sozialen Kontakten.[82] Familie, Freunde sowie Partnerinnen und Partner sind „Orte der Heimat".[83] Neu ist jedoch die gleichzeitig existierende Vielfalt, die sich in verschiedenen sozialen Aspekten wie z. B. Familie und Partnerschaft entfaltet, und dass starke Veränderungsimpulse von Jüngeren ausgehen (z. B. zeigt die Vermächtnisstudie, dass Kinder keinen zwingenden Grund mehr für eine feste Partnerschaft darstellen).[84] Obwohl die große Mehrheit soziale Werte auf individueller Ebene für erstrebenswert hält, verlieren diese auf der gesellschaftlichen Ebene ihre Pole-Position, insbesondere der Wert „für die Familie da sein". Unterschiede im Antwortverhalten zeigen sich auf individueller und gesellschaftlicher Ebene am ehesten im sozialen Status, bleiben aber relativ gering.[85]

Top-Aufsteigerwerte der vergangenen Jahre sind Werte einer bewussten und achtsamen Lebensführung.

Eng mit den sozialen Werten verbunden sind bewusstseinsorientierte Werte (bewusste und achtsame Lebensführung, z. B. in Bezug auf Umwelt/Natur oder die Gesundheit; siehe Kapitel 9.3.2). Es sind die Aufsteigerwerte der letzten Jahre. Zwar rangieren sie in der CAPI-Befragung eher im Mittelfeld (siehe Abbildung 7), jedoch zeigen mehrere aktuelle Studien, dass diese Werte in den vergangenen Jahren stark an Relevanz gewonnen haben und innerhalb der jeweiligen relativen Rangfolge der abgefragten Werte aufgestiegen sind. Beispielsweise ist der Wert Natur im Werteindex im Vergleich zum letzten Ranking um drei Plätze nach oben auf Platz eins gerutscht.[86] In der aktuellen ShellJugendstudie ist der Schutz der Umwelt für 71 % der Befragten wichtig. Damit verzeichnet dieser Wert in den vergangenen Jahren einen ungewöhnlich hohen Bedeutungsanstieg (2002: 60 %; 2006: 61 %; 2010: 59 % und 2015: 66 %); nur das politische Engagement hat seitdem ähnlich stark an Relevanz gewonnen.[87] Die unterschiedliche Bewertung könnte mit der genauen Abfrage sowie einem unterschiedlich starken Einfluss der Berichterstattung zu verschiedenen Zeiten zusammenhängen und verweist auf eine gewisse Uneinigkeit in der Gesellschaft über die Wichtigkeit oder auch Umsetzungsmöglichkeiten dieser Werte.

Shell Jugendstudie

„Umweltbewusstsein ist schon wichtig, ich kann das aber im Alltag nicht immer so umsetzen. Es bringt ja auch nicht so viel, wenn nur ich Rücksicht nehme. Vor allem sehe ich ja auch, dass öffentliche Personen, die sagen, dass die Menschen umweltbewusster sein sollen, selbst die ganze Zeit fliegen."

Insbesondere nimmt Umweltbewusstsein unter Jugendlichen einen ansteigend hohen Stellenwert ein (siehe auch Ergebnisse der Shell Jugendstudie oben), ist aber auch den Älteren nicht unwichtig.[88] Die zunehmende Berichterstattung zum Klimawandel, Naturkatastrophen und Bewegungen wie Fridays for Future einerseits und hoher individueller Wettbewerbsdruck im Alltag und das damit verbundene Stressmanagement andererseits sind u. a. Treiber für die steigende Relevanz gesundheits- und umweltbezogener Themen.

---

82 Vgl. Fernow et al. (2017), S. 27; Albert et al. (2015), S. 242 f.; Wippermann, Krüger (2018), S. 20 ff.; Allmendinger (2017), S. 123 ff.

83 Vgl. Allmendinger (2019), S. 15 und Treffpunkt: Zukunft – Podcast (2017a).

84 Vgl. Allmendinger (2017), S. 151.

85 Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

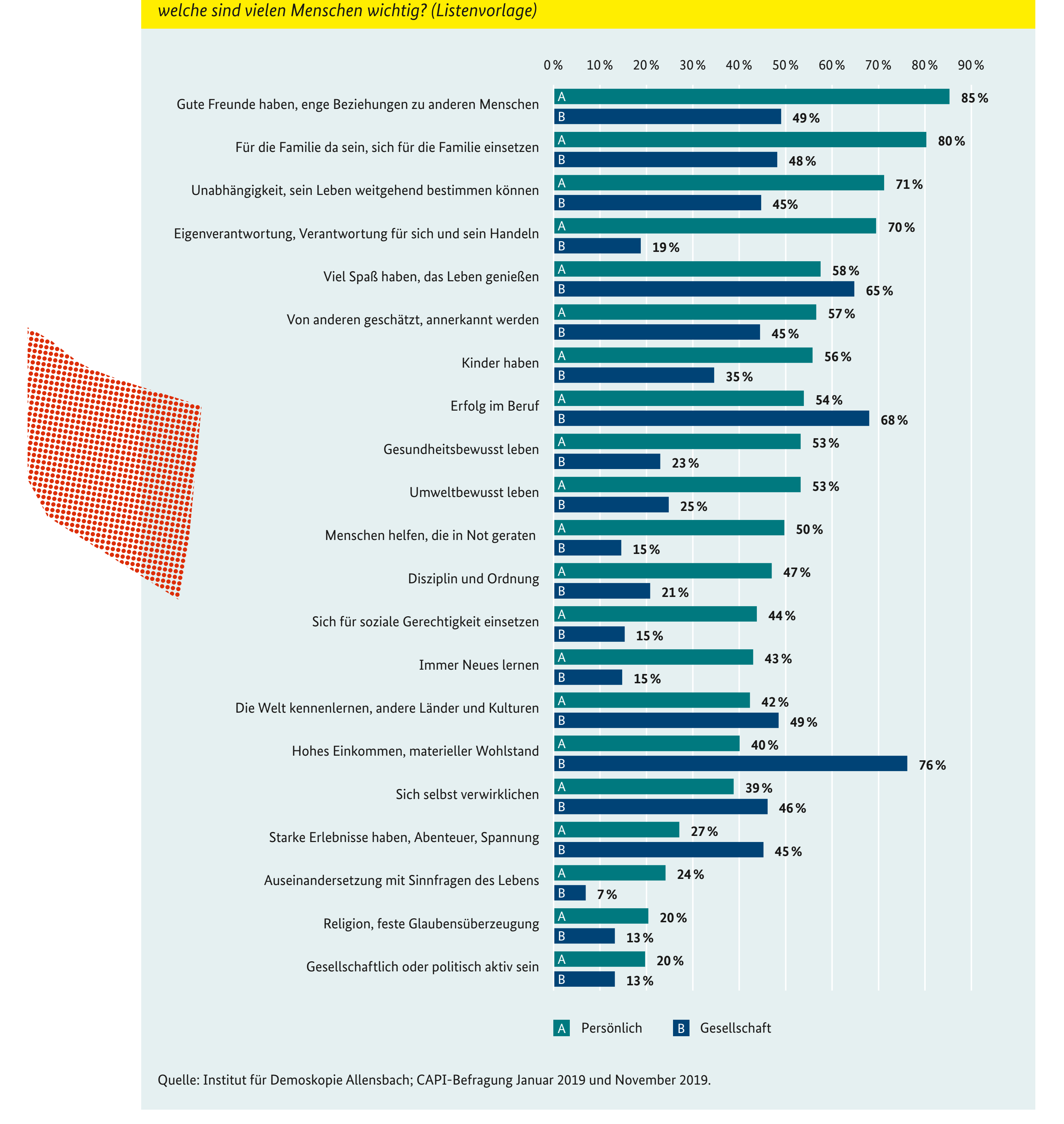
86 Siehe Wippermann, Krüger (2018), S. 10.

87 Siehe Albert et al. (2019), S. 21.

88 Siehe Wippermann, Krüger (2018), S. 42 ff.; Fernow et al. (2017), S. 48 ff.; Albert et al. (2015), S. 243; Albert et al. (2019), S. 15, Expertinnen- und Experteninterview und Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

Abbildung 7: individuelle und in der Gesellschaft verbreitete Werte im Heute
Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=1.298

Fragen: individuelle Werte: *Hier in dieser Liste steht einiges, was man im Leben wichtig und erstrebenswert finden kann. Können Sie mir bitte alles sagen, was Sie für ganz besonders wichtig halten? (Listenvorlage)*
Gesellschaftliche Werte: *Welche dieser Werte sind Ihrer Meinung nach in unserer Gesellschaft weit verbreitet, welche sind vielen Menschen wichtig? (Listenvorlage)*

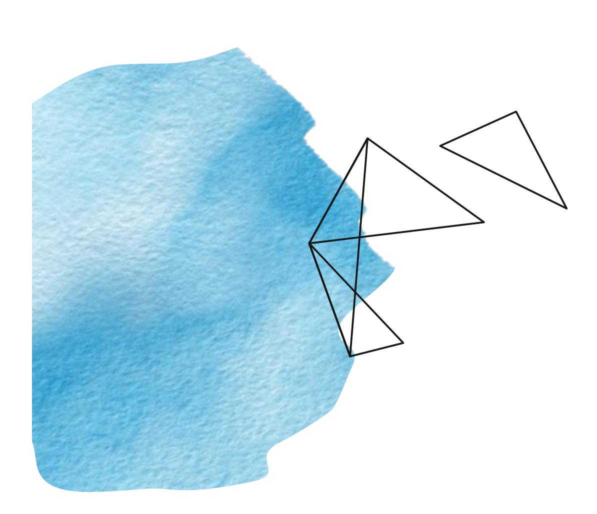


Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

Expertinnen- und Experteninterview 2

„Umweltbewusstsein wird nun durch eine viel breitere Masse artikuliert (z. B. Fridays for Future). Das Thema geht in die Masse über und die Politik entdeckt es für sich."

Vor allem Jugendliche sehen die tatsächliche Handlungsverantwortung deshalb primär bei staatlichen Institutionen. Dies könnte auch erklären, warum sich Jugendliche zwar bewusst sind, dass sie zukünftig selbst verantwortlicher handeln müssen, heutzutage aber noch ein ausgeprägtes Konsumverhalten an den Tag legen und sich vorrangig mit Alltagsproblemen (Schule, Ausbildung etc.) beschäftigen.[89] Hinzu kommt bei ihnen ein Gefühl, dass entscheidende Vorbilder wie z. B. Politikerinnen und Politiker oder auch Lehrerinnen und Lehrer zwar auf die Bedeutung von Umweltbewusstsein hinweisen, selbst jedoch nicht ausreichend dementsprechend handeln.[90] Nicht zuletzt fühlen sich viele der Jugendlichen nicht ausreichend über umweltverträgliche Produkte informiert oder zweifeln an der Glaubwürdigkeit des Anbieters (jeweils mehr als 60 %). Staatliche Institutionen werden hier indirekt in die Pflicht genommen.[91]



Vor allem Haushalte mit einem hohen sozioökonomischen Status (bzw. mit höheren Einkommen und Bildungsabschluss) legen Wert auf ein bewusstes Leben (z. B. niedriges Umweltbewusstsein: 40 %, hohes Umweltbewusstsein: 66 %), was insofern nicht verwundert, da ein solches Leben oft mit höheren Ausgaben verbunden ist (z. B. Biogemüse). Auch Frauen, politisch Interessierte, Menschen mit mehr Vertrauen in den positiven Einfluss wissenschaftlicher Entwicklungen und Personen, die die gegenwärtigen Veränderungen in der Gesellschaft positiv einschätzen, nennen bewusstseinsbezogene Werte tendenziell häufiger.[92] Die Relevanz dieser Werte in der Gesellschaft wird wesentlich niedriger eingestuft (um ca. 25 %; siehe Abbildung 7). In dieser Diskrepanz wird deutlich, dass zwischen dem Wünschenswerten und dem faktischen Verhalten der Menschen oft ein großer Unterschied liegt. Wenngleich vielen Umweltschutz wichtig ist, setzt sich dies nicht in durchgängig konsequente Handlungen im Alltag um. Dieses Paradoxon scheinen die Menschen wahrzunehmen und gehen davon aus, dass eine Vielzahl der Menschen in unserer Gesellschaft ihr Verhalten noch nicht angepasst haben, ergo ihnen Umweltbewusstsein nicht (so) wichtig ist.

Expertinnen- und Experteninterview 4

„Es gibt eine normative Diskrepanz zwischen dem, was auf Basis der eigenen Werte getan werden sollte, und dem, was letztlich getan wird. Letzteres hängt ab von Normalitätsvorstellungen, Wohlstand, gesellschaftlichem Modell, Nachahmung etc. Die Werte werden überlagert, weil sich die Normalitäten geändert haben."

---

89 Vgl. Groß et al. (2018).

90 Vgl. Calmbach et al. (2016), S. 469 und Fokusgruppe mit Jugendlichen.

91 Vgl. Leicht (2017).

92 Institut für Demoskopie Allensbach (2019a) und siehe auch Allmendinger (2017), S. 169.



Den Befragten ist Solidarität und soziale Gerechtigkeit wichtig und sie sind bis zu einem gewissen Grad bereit, dafür selbst zurückzustecken.

An die zuvor genannten Wertegruppen knüpfen gemeinschaftsbezogene Werte (auf andere ausgerichtete Werte, wie z. B. Solidarität, Toleranz, [Generationen-]Gerechtigkeit; siehe Kapitel 9.3.3) an. Sie erleben aktuell einen neuen Bedeutungsaufschwung. Die zunehmende Zahl an (vermeintlichen) „Krisenphänomenen" lässt die Forderung nach Verantwortungsübernahme sowohl im Sinne eines bewussten, die gemeinsame Umgebung schützenden Verhaltens als auch im Sinne eines größeren solidarischen und generationengerechten Verhaltens lauter werden. Wie eingangs beschrieben nehmen die Befragten einen abnehmenden Zusammenhalt wahr und sehen einen der Hauptgründe in den großen sozialen Unterschieden. Die Frage, wie wichtig es einem persönlich ist, *„Menschen zu helfen, die in Not geraten"*, bzw. *„sich für soziale Gerechtigkeit einzusetzen"*, zeigt jedoch ein geteiltes Meinungsbild – jeweils knapp die Hälfte erachtet dies als erstrebenswert (siehe Abbildung 7). In anderen Bereichen zeichnet sich ein einheitlicheres Bild ab: Solidarische Werte – wie soziale Umverteilung, Hilfe für sozial Benachteiligte und gesellschaftliche Randgruppen, Deckelung von Gehältern und stärkere finanzielle Unterstützung Einkommensschwacher im Gesundheitssystem bei gleichzeitiger Bereitschaft für Mehrausgaben – treffen bei dem Großteil der Befragten in Allmendingers Studie auf Zustimmung.[93] Die beschriebene Diskrepanz könnte an dem aktiven eigenständigen Handeln liegen, das impliziert, anderen zu helfen oder sich selbst aktiv einzusetzen.[94] Dass es sich dennoch nicht um folgenlose Bekundungen handelt, zeigt das verbreitete zivilgesellschaftliche Engagement in Deutschland. Fast die Hälfte der Bevölkerung engagiert sich oder arbeitet freiwillig in Vereinen, Verbänden oder Kirchengemeinden.[95]

Die individuelle Einschätzung von gemeinschaftsbezogenen Werten differenziert sich nach unterschiedlichen sozioökonomischen Merkmalen: Sie gewinnen mit dem Alter an Bedeutung, haben eher für politisch Interessierte einen hohen Stellenwert sowie für Menschen, die in Großstädten oder in den neuen Bundesländern wohnen. Ebenso sind gemeinschaftsbezogene Werte für Frauen und Kirchenmitglieder sowie für Personen wichtiger, die ein höheres Vertrauen darin haben, dass Wissenschaft einen positiven Beitrag zu Veränderungen leisten kann. Überraschenderweise sticht heraus, dass es vor allem Personen mit einem hohen sozioökonomischen Status wichtig ist, sich für soziale Gerechtigkeit einzusetzen, während der Sozialstatus auf die Bereitschaft, *„Menschen zu helfen, die in Not geraten"*, keinen Einfluss ausübt.[96] Die Formierung eines neuen „Wir-Gefühls" erachten am stärksten Bildungsarme für wünschenswert.[97] In der Tendenz zeigt sich also: Menschen, die sich benachteiligt fühlen, schätzen Solidarität eher als wichtig ein und gleichzeitig scheinen eher jene, denen es (materiell) besser geht, eine Möglichkeit zu sehen, sich für andere einzusetzen. Gleichwohl gibt es in allen gesellschaftlichen Segmenten einen erheblichen Anteil von Personen, die Solidarität für wichtig erachten. Auf gesellschaftlicher Ebene wird den gemeinschaftsbezogenen Werten eine sehr geringe Bedeutung beigemessen (siehe Abbildung 7), was auf die gleiche Problematik wie bei den bewusstseinsbezogenen Werten zurückzuführen sein dürfte: Die Befragten glauben eine hohe Diskrepanz im Handeln der anderen zu solidarischen Werten bzw. zu ihren individuellen Wünschen wahrzunehmen und sprechen ein „Misstrauensvotum"[98] aus. Die Unterschiede nach den oben genannten Merkmalen bleiben in der Beurteilung der gesellschaftlichen Relevanz weitestgehend bestehen, verringern sich jedoch sehr stark.

[93] Vgl. Allmendinger (2017), S. 134 f.; Remotti et al. (2016), S. 25 und Albert et al. (2015), S. 243 ff.

[94] Auch Jutta Allmendinger kommt in der Wiederholungsbefragung 2016 zu dem Ergebnis, dass solidarische Werte etwas an Bedeutung verloren haben. Vgl. Allmendinger (2017), S. 205.

[95] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[96] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a). Allmendinger (2017) kommt zu einem gegenteiligen Ergebnis, dies könnte mit den unterschiedlich abgefragten Items zusammenhängen. Vgl. Allmendinger (2017), S. 160.

[97] Vgl. Allmendinger (2019), S. 16.

[98] Allmendinger (2017), S. 16.

Das Bedürfnis nach einem selbstbestimmten und eigenverantwortlichen Lebensstil ist in der Gesellschaft fest etabliert und wird i.d.R. einem Mehr an Sicherheit vorgezogen.

Ungebrochen ist auch die hohe Bedeutung selbstbestimmungsorientierter Werte (d.h. ein individuelles, freies und selbstbestimmtes Leben führen, siehe Kapitel 9.3.4).[99] Freiheit, Selbstbestimmung und Individualisierung stehen stellvertretend für den zwischen den 1960er und 1970er Jahren begonnenen Wertewandel. Unter den selbstbestimmungsorientierten Werten wird eine Vielzahl an Aspekten subsumiert, deren gemeinsamer Nenner darin liegt, selbst zu entscheiden und unabhängig von anderen zu sein: angefangen bei der Kleiderwahl, der Wahl von Arbeitsort bzw. -zeit bis hin zu allgemeinen Freiheitsrechten wie Meinungsfreiheit und der Unabhängigkeit von Institutionen.[100] Heutige Treiber des Selbstbestimmungs- und Freiheitsgedankens, welcher insbesondere auch jungen Leuten wichtig ist,[101] sind technologische Entwicklungen und die Digitalisierung. Technik kann einerseits befreiend wirken und befördert in vielen Teilen den selbstbestimmten Lebensstil, z.B. indem sie uns Arbeit abnimmt. So geht die Trendperspektive des Werte-Index 2018 beispielsweise davon aus, dass Roboter in Zukunft Arbeiten übernehmen werden, auf die die Menschen keine Lust haben oder die körperlich schwer sind.[102] Andererseits befördert gerade auch der technologische Fortschritt das Bedürfnis nach Selbstbestimmung, wenn diese durch die Technik als bedroht gesehen wird (z.B. durch Überwachungstechniken).

Unabhängigkeit wird auf einem individuellen Level abermals wesentlich wichtiger eingeschätzt als auf dem gesamtgesellschaftlichen (siehe Abbildung 7). Selbstbestimmungsorientierte Werte erhalten von nahezu allen Befragten eine hohe Wertschätzung (die größten Unterschiede zeigen sich erneut im Status bzw. in der Bildung und dem Einkommen), was darauf hindeutet, dass sich der Wunsch nach einem individuellen Lebensstil über alle Schichten hinweg inzwischen fest etabliert hat.[103] Denn obwohl Unabhängigkeit unter Jugendlichen einer der wichtigsten Werte ist, ist er unter Älteren kaum minder bedeutungsvoll.[104] Gleichzeitig lässt dies vermuten, dass die inhaltlichen Auslegungen von selbstbestimmungsorientierten Werten je nach Alter unterschiedlich sind. Ältere Menschen verstehen Selbstbestimmung beispielsweise häufig in einem gesundheitlichen Kontext, z.B. möglichst lange in den eigenen vier Wänden zu leben. Hinsichtlich der Wahrnehmung, wie verbreitet selbstbestimmungsorientierte Werte in der Gesellschaft sind, zeigen sich Unterschiede bei der Herkunft aus Ost- oder Westdeutschland (höhere Zustimmung in Westdeutschland) und dem Alter (je älter die Befragten, desto eher die Einschätzung einer gesellschaftlichen Relevanz).[105]





99 Siehe auch Remotti et al. (2016), S. 23.

100 Siehe Remotti et al. (2016), S. 21.

101 Siehe auch Albert et al. (2015), S. 243 und Albert et al. (2019), S. 20.

102 Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 56 f.

103 Einkommen: unter 2.000 € 69 %, 2.000–3.500 € 66 %, über 3.500 € 74 %; Bildung: niedrig 66 %, mittel 71 %, hoch 75 %. Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

104 Siehe European Social Survey Cumulative File, ESS 1–8 (2018); Albert et al. (2015), S. 243 und Albert et al. (2019), S. 20.

105 Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).



Mit zunehmender Selbstbestimmung und steigendem Informationsfluss wächst auch das Bedürfnis nach mehr Eigenverantwortung, insbesondere in vormals politisch regulierten Themen.

Selbstbestimmungsorientierte Werte ermöglichen, im Zusammenspiel mit den durch Digitalisierung eröffneten neuen Gestaltungsräumen und Informationszugängen, verstärkt die Reflexion des eigenen Handelns – vor allem mit Blick auf das Gemeinwohl. Politische Entscheidungen oder Lebensstile werden zunehmend hinterfragt.[106] Untermauert wird dies durch das hohe Interesse der in der Vermächtnisstudie Befragten an politischen Informationen: 62 % der Befragten gaben an, dass ihnen Informationen zu aktuellen kulturellen und politischen Entwicklungen wichtig sind; nur 5 % ist dies nicht wichtig.[107] Dabei wandern oft auch vormals politisch regulierte Themen in den Fokus des Privatmenschen, sei es, dass vermehrt Bewegungen wie z. B. Fridays for Future die Politik auffordern zu handeln oder dass die bzw. der Einzelne unabhängig von politischen Regularien nach eigenen Kräften versucht, seinen Beitrag zu leisten (bottom-up). Entsprechend ist eine Zunahme der Bedeutung politikorientierter Werte zu verzeichnen. Die Gruppe der politischen Werte speist sich maßgeblich aus den zwei Elementen passives und aktives politisches Engagement sowie Verantwortungsübernahme für das eigene Handeln in u. a. ehemals politisch regulierten Bereichen (Eigenverantwortung). Beide Bereiche werden von den Befragten sehr unterschiedlich bewertet. Politisches Engagement zeugt für sie grundsätzlich von einer geringen Bedeutsamkeit, Eigenverantwortung hingegen von einer sehr hohen. Die Übernahme von Eigenverantwortung belegt in der CAPI-Befragung den vierten Platz unter den individuellen Werten (70 %), zeigt aber gleichzeitig die größte Abweichung zu der vermuteten Relevanz in der Gesellschaft (19 %; siehe Abbildung 7).

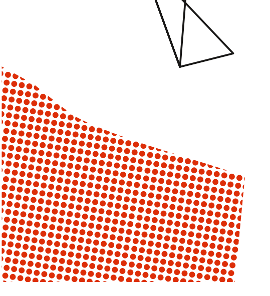
Expertinnen- und Experteninterview 11

„Neu ist das Verständnis, dass die Gestaltung einer lebenswerten Zukunft in der eigenen Verantwortung liegt. Es existiert nun eine 'Wahrnehmung der Selbstwirklichkeit', d. h. ein kritisches Bewusstwerden, dass man selbst für sein Umfeld verantwortlich ist.“

Dieser Befund deckt sich mit der Wahrnehmung der Befragten, dass ein zunehmender Egoismus den Zusammenhalt in der Gesellschaft schwächt. Gestützt wird dies durch die Studie der Bertelsmann Stiftung, welche einen negativen Zusammenhang zwischen Leistungsorientierung und Zusammenhalt feststellt und eine Korrelation zum Individualismus bzw. Egoismus herstellt.[108] Auch eine aktuelle Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach kommt zu dem Ergebnis, dass der Egoismus (73 %) und die Aggressivität (81 %) in der Gesellschaft zunehmen. Zwei Drittel der Bevölkerung haben daher den Eindruck, dass der gesellschaftliche Zusammenhalt in den letzten Jahren abgenommen hat.[109] Die Bewertung der Erwünschtheit von Eigenverantwortung nach soziodemografischen Merkmalen unterscheidet sich in einer Reihe von Faktoren: Häufiger genannt wird Erwünschtheit von Eigenverantwortung von den Befragten aus den alten Bundesländern, mit höherem Einkommen und Bildungsniveau bzw. Sozialstatus, politisch Interessierten und von Eltern unter 60 mit einem gehobenen Sozialstatus.[110]







[106] Siehe Fernow et al. (2017), S. 48 ff.
[107] Vgl. Allmendinger (2017), S. 137 ff.
[108] Vgl. Arant (2017), S. 69.
[109] Vgl. Köcher (2019).
[110] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

Politisches Interesse und Engagement gewinnen bei gleichzeitig hoher Politikverdrossenheit an Bedeutung, sie hängen jedoch stark von soziodemografischen Faktoren ab, insbesondere von der Bildung.

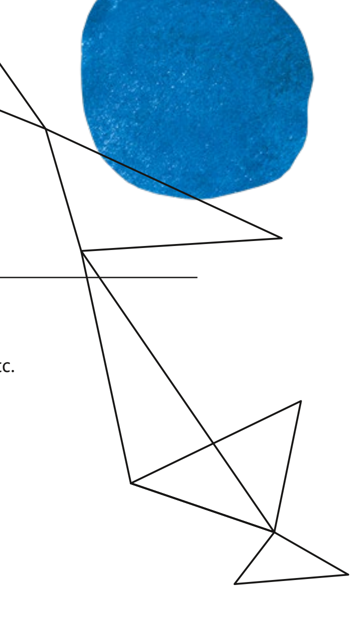
„Jugendliche brauchen mehr Mitspracherechte. Es sind immer die Älteren, die Entscheidungen treffen, aber die Jungen müssen danach leben.“

Die Relevanz von Politikengagement hat in der Vergangenheit – insbesondere zu Beginn der 2000er – tendenziell an Bedeutung verloren und wurde von großen Teilen der Bevölkerung (2012: 31 %)[111] als unwichtig oder eher unwichtig eingeschätzt (für politikorientierte Wertegruppe siehe Kapitel 9.3.5). Vor allem die Jugend wurde zuletzt häufig als „[unpolitische] Gruppe [bezeichnet]“.[112] Aus aktueller Sicht zeichnet sich hier eine Trendwende ab. Die zuletzt steigende Zahl von Protesten und Demonstrationen zu unterschiedlichen Themen, die einen hohen, teilweise globalen Mobilisierungsgrad aufweisen, lässt ein stärkeres Politikengagement vermuten.[113] Das Interesse der Bevölkerung an Informationen zu politischen und kulturellen Geschehnissen ist hoch, nur wenige haben kein Interesse.[114] Zunehmend deutlich wird, dass jene, die sich interessieren, auch politisch aktiv werden. Insbesondere unter den Jugendlichen wird es wieder „in“, sich zu engagieren. Zudem wird deutlich, Engagement kann etwas bewirken.[115] Gleichzeitig macht sich jedoch in der Bevölkerung und vor allem auch unter Jugendlichen eine zunehmende Politikverdrossenheit breit und das Vertrauen in politische Institutionen nimmt ab. Deutlich wird erneut die Relevanz des sozioökonomischen Hintergrunds: Menschen mit niedrigem Einkommen oder geringer Bildung, aber auch Menschen, die sich generell wenig für Politik interessieren, vertrauen insbesondere den Parteien am wenigsten.[116]

Gleichzeitig bilden die Menschen aus sozial schwachen Milieus die größte Gruppe von Nichtwählerinnen und -wählern.[117] Hinzu kommt, dass eine Zunahme rechtspopulistischer Tendenzen erkennbar ist – wenngleich auf niedrigem Niveau.[118] Beachtenswert ist jedoch, dass populistische Tendenzen vor allem in der eigentlichen Mitte der Gesellschaft erkennbar sind. Im internationalen Vergleich ist der deutsche Populismus allerdings weitestgehend gemäßigt und eine eindeutige Mehrheit der Bevölkerung (70 %) lehnt populistische Einstellungen weiterhin ab.[119]

Expertinnen- und Experteninterview 8

„Frieden, Rechtsstaatlichkeit und Wahlen sind selbstverständlich geworden. Man muss sich nicht mehr engagieren. Gleichzeitig wird das demokratische System für die globalen Krisen (Klimawandel, Migration etc.) verantwortlich gemacht. Der Widerspruch, dass es eigentlich Engagement braucht, aber gleichzeitig das System in Zweifel gezogen wird, ist der Nährboden für sogenannte Alternativen.“





[111] GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (2018).

[112] Vgl. SPIEGEL (2014).

[113] Zu nennen sind hier: Klima, Mietenwahnsinn, Streiks von Mitarbeitern im Luftverkehr (Lufthansa), im Einzelhandel (Amazon) etc. Zwischen 2008 und 2018 hat sich in Berlin die Anzahl der Demonstrationen und Kundgebungen verdoppelt. Vgl. RBB (2018).

[114] Siehe Allmendinger (2017), S. 137.

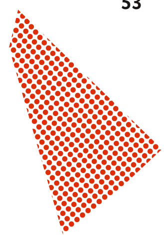
[115] Siehe Tagesschau (2019).

[116] Vgl. Faus et al. (2019), S. 73 ff.

[117] Vgl. Vehrkamp (2015).

[118] Siehe Albert et al. (2019), S. 16 und FAZ (2018b).

[119] Vgl. Vehrkamp, Merkel (2018), S. 8 ff.



Die neugewonnene Relevanz lässt sich mit einer hohen Neuaufladung von politischem Engagement erklären. Enste und Suling zeichnen im Vertrauensindex des IW Köln eine positive Entwicklung Deutschlands im vergangenen Jahrzehnt nach. Im europäischen Vergleich nimmt Deutschland den siebten Rang ein und hat sich in allen Bereichen (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft) in einem stabilen Trend verbessern können.[120] Gleichwohl misstrauen die Deutschen mehrheitlich den Institutionen Bundestag, Bundesregierung, Medien und Parteien. Nur Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Justiz, Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften erhalten von der Mehrheit der Bevölkerung eine Vertrauensposition.[121] Angesichts dieser Situation möchten immer mehr Menschen selbst gestalten, z. B. in Form von Bürgerentscheiden oder Kundgebungen (s. o.).[122] Allerdings: Auch wenn politisches Engagement wichtiger wird, bewegt es sich heute sowohl auf individueller als auf gesellschaftlicher Ebene auf einem sehr niedrigen Niveau (20 %; siehe Abbildung 7). Eine sehr große Rolle spielt das Sozialprofil. Am bedeutendsten ist grundsätzlich das Bildungsniveau: Mit steigendem Bildungsabschluss, höherem Einkommen sowie sozioökonomischem Status steigt sowohl das Politikinteresse als auch das Engagement und sinkt das Interesse für populistische Aussagen. Die Erwünschtheit von politikorientierten Werten steigt mit dem Vertrauen in die Wissenschaft, positive Veränderungen zu bewirken, und dem Alter und wird in geringem Maße auch von Männern sowie Menschen aus den alten Bundesländern häufiger genannt.[123] Dahinter scheint sich ein soziales Muster abzuzeichnen: Während die Gebildeteren versuchen zu gestalten, scheinen die Bildungsärmeren eher frustriert.

Erwerbsarbeit und Besitz haben nach wie vor einen hohen Stellenwert, bewegen sich dabei aber zunehmend in einem Spannungsfeld von Existenzsicherung und Selbstverwirklichung, während Karriere als „Selbstzweck" an Bedeutung einbüßt.

Expertinnen- und Experteninterview 2

„Das outputorientierte Arbeitsethos war noch nie so dominant wie heute. Ergebnisse werden nicht mehr durch Autorität eingefordert, sondern durch Kreativität und Selbstverwirklichung."

Die zahlreichen Debatten zu Work-Life-Balance, New Work oder der Suche nach einer „sinnvollen" Arbeit legen die Vermutung nahe, dass leistungsbezogene,-materialistische Werte (siehe Kapitel 9.3.6) an Bedeutung verloren haben. Durchaus ist zwar zu erkennen, dass den Menschen Freizeit wichtiger wird und die Nachfrage nach sinnerfüllender Arbeit steigt.[124] Aber Erwerbsarbeit an sich, beruflicher Erfolg und ein hoher Lebensstandard haben nach wie vor eine hohe Relevanz.[125] In Zeiten von zunehmend flexibilisierten Arbeitsverhältnissen und der Angst, sozial abgehängt zu werden, ist eine stabile Arbeit ein wichtiger Teil der Existenzsicherung. Zusätzlich zeigt sich aber eine Neuaufladung in einem zunehmenden Wunsch nach mehr Zeit für Freizeitaktivitäten oder die Familie bzw. danach, sich im Rahmen des Jobs selbst verwirklichen zu können – vor allem für Jüngere.[126] Jungen Menschen ist ein hoher Lebensstandard, d. h. materieller Wohlstand und Besitz, zwar vor dem Hintergrund des Sicherheitsgedankens wichtig, reiht sich aber in der Shell Jugendstudie 2019 erstmals hinter bewusstseinsorientierten Werten ein.

[120] Vgl. Enste, Sulin (2020), S. 14.

[121] Vgl. Decker (2019), S. 39.

[122] Beispielsweise hatten 2019 noch 37 % der Bundesbürger großes Vertrauen in die Bundesregierung. 2020 sind es nur noch 34 %. Vgl. RTL (2020).

[123] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a). Siehe auch Allmendinger (2017), S. 137 ff., 160 und 181; Allmendinger (2019), S. 7 und Albert et al. (2019), S. 16 ff. Allmendinger findet hier auch spannende Effekte zwischen jenen, die tatsächlich arm sind, und jenen, die sich arm „fühlen". Letztere sind durchaus sehr politisch interessiert, Erstere nicht.

[124] Von den unter 30-Jährigen, die beruflichen Erfolg anstreben, legen 76 % zugleich Wert auf viel Spaß und Lebensgenuss. Sonderauswertung Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[125] Nachdem 2005 annähernd 60 % gemessen wurden, die „Erfolg im Beruf" zu ihren zentralen Werten zählen, verringerte sich der Anteil bis 2015 auf 50 %. Aktuell erklären sich aber wieder 54 % an Erfolg im Beruf interessiert, von den unter 30-Jährigen sogar 71 %. Offensichtlich wirken sich hier auch gegenläufige Entwicklungen aus. Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach (2019a), S. 27 f.

[126] Siehe Allmendinger (2017), S. 150.

Das Bedürfnis nach einer erfüllenden und sinnvollen Arbeit zeigt zudem die weite Strahlkraft der bewusstseins- und selbstbestimmungsorientierten Werte in andere Gruppen. Erwerbsarbeit und Karriere als Selbstzweck haben an Bedeutung verloren. Wichtiger werden Gestaltungsmöglichkeiten, vor deren Hintergrund auch die Bereitschaft zu einem hohen Arbeitseinsatz bestehen bleibt.[127]

Fokusgruppe mit Jugendlichen

„Mir ist es vor allem wichtig, einen guten und sicheren Beruf zu haben und Geld zu verdienen, damit ich später meine Familie versorgen kann."

„Mir ist es schon auch wichtig, in meinem Job später nicht zu stagnieren, sondern mich immer wieder weiterentwickeln zu können."

„Erfolg im Beruf" ist immerhin gut der Hälfte der Befragten wichtig, *„sich selbst verwirklichen"* (unabhängig von Beruf oder Privatem) und *„ein hohes Einkommen, materieller Wohlstand"* ca. 40 % (siehe Abbildung 7). Abzusehen ist außerdem ein klares Sozialprofil: *„Erfolg im Beruf"* ist vor allem denen wichtig, die sich ggf. erst noch etwas aufbauen müssen, oder für diejenigen, die aufgrund der Bildung oder des Status bessere Voraussetzungen haben. Beruflicher Erfolg ist häufiger für jene Menschen etwas explizit Erstrebenswertes, die aus den neuen Bundesländern stammen, für eher Jüngere (vor allem unter 40-Jährige ohne Kinder), für gebildetere Personen bzw. Personen mit einem höheren oder mittleren sozioökonomischen Status, Menschen mit Migrationshintergrund und Männer. Allerdings ist es Bildungsarmen häufiger wichtig, durch Erfolg und Erwerbsarbeit sozial aufzusteigen. Keine Rolle spielt die Bildung bei der Einschätzung der Bedeutung einer stabilen Arbeit bzw. von geregelten Arbeitszeiten.[128] Selbstverwirklichung suchen vor allem Jüngere und Menschen mit einer höheren Bildung bzw. einem höheren Status. Es sind eher gut Gebildete, die einer Arbeit auch, ohne das Geld zu brauchen, nachgehen würden. Spannend ist die Diskrepanz zwischen der persönlichen und der gesellschaftlichen Bedeutung von *„Erfolg im Beruf"*, *„materiellem Wohlstand"*, aber auch *„sich selbst verwirklichen"*. Bei allen drei Werten finden die Befragten ihr Selbstverständnis nicht in der Gesellschaft wieder. Es wird eine höhere Erwünschtheit in der Gesellschaft im Ganzen als auf der privaten Ebene gesehen (siehe Abbildung 7). Insbesondere wird der Gesellschaft als Ganzem eine wesentlich höhere Materialismusorientierung zugesprochen. Es ist auf gesellschaftlicher Ebene der Wert mit der größten Zustimmung, die allerdings in den vergangenen Jahren nicht signifikant gewachsen ist. Bereits 2005 gaben 40 % der Befragten an, dass ihnen dieser Wert wichtig sei. In den Folgejahren lag er leicht darunter. Die verbreitete Vorstellung einer zunehmend materialistisch orientierten Bevölkerung wird hier also nicht bestätigt. Es zeigt sich, dass von denen, die ein hohes Einkommen erstrebenswert finden, sich drei Viertel auch zu mindestens einem der folgenden gemeinnützigen Werte bekennen: *„Hilfe für Menschen in Not"*, *„umweltbewusst leben"*, *„sich für soziale Gerechtigkeit einsetzte"*.[129]



[127] Huber, Rauch (2013), S. 36.

[128] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a). Siehe auch Allmendinger (2017), S. 97 ff., 150, 162 und 194.

[129] Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach (2019a), S. 29.

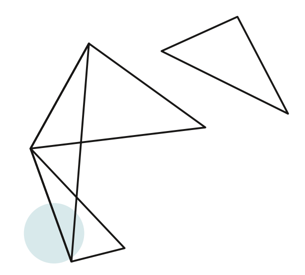


Leistung erfährt vor dem Hintergrund eines steigenden Wettbewerbsdrucks zunehmend eine negative Konnotation und spaltet die Gesellschaft sichtlich.

Grundsätzlich und ungebrochen wichtig ist den Menschen Anerkennung, sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich. *„Von anderen geschätzt werden“* rangiert unter den wichtigsten persönlichen Werten (57 %). In der Gesellschaft, so glauben viele, ist dies in der Gesamtschau etwas weniger wichtig (45 %; siehe Abbildung 7). Heraus sticht, dass vor allem die 30- bis 44-Jährigen – also jene, die mitten im (Berufs-)Leben stehen – die gesellschaftliche Bedeutung von Anerkennung häufiger als Ziel verfolgen (52 %), vor allem jene ohne Kinder und mit einem höheren Sozialstatus.[130] Als adäquates Mittel zur Erreichung von Anerkennung wird oft Leistung angesehen. Der Leistungsbegriff beschränkt sich allerdings nicht mehr nur auf den beruflichen Kontext, sondern hat sich u. a. durch die Darstellungsmöglichkeiten im Internet sichtbar auf viele Bereiche ausgeweitet, allen voran den Sport und die Gesundheit.

Expertinnen- und Experteninterview 5

„Materialismus 3.0: Medien üben einen großen Druck zur Optimierung aus. Materieller Besitz (der Mercedes vor der Tür) reicht nicht mehr aus, zuzüglich ist auch noch immaterieller Erfolg (Bilder von lachenden Menschen auf paradiesischen Inseln) wichtig.“



Wurde Leistung lange Zeit vor allem im beruflichen Kontext als durchaus positiv wahrgenommen, schlägt die Stimmung zunehmend in eine eher negative Konnotation um. In einer Umwelt, die gefühlt immer stärker von Wettbewerb gekennzeichnet ist, wird Leistung heutzutage bereits sehr früh zum Maß aller Dinge: Frühförderung von Kindern oder Medikamentenmissbrauch bei Studierenden verdeutlichen dies und zeugen von einem großen Druck zur Leistungserbringung.[131] Der permanente Leistungsdruck führt häufig zu Überforderung und einem anhaltenden Stressgefühl.[132] Laut einer Studie der Techniker Krankenkasse fühlen sich mittlerweile mehr als 60 % der Bevölkerung gestresst, Tendenz steigend. In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen sind es sogar drei Viertel der Befragten. Dies führt zu einer immer höheren Anzahl an Krankheitstagen aufgrund psychischer Belastung, derzeit sind es durchschnittlich 2,5 Tage pro Kopf. Am häufigsten gestresst sind die Menschen von ihrer Arbeit (46 %), gefolgt von Stress, ausgelöst durch eigene Ansprüche (43 %), sowie Verpflichtungen in der Freizeit (33 %) und der ständigen Erreichbarkeit durch Handys und soziale Netzwerke (28 %).[133] Sowohl der Trend einer allumfassenden Leistungsgesellschaft als auch der der „betonten Individualität“ bzw. der Selbstdarstellung können insofern eine Gefahr für die Gesellschaft darstellen, als jene, die hier nicht mithalten können oder wollen, ein Gefühl der Zurücksetzung erfahren.

In der Studie Values & Visions 2030 wird z. B. der Gruppe der ichbezogenen Menschen eine eher positive Interpretation zugeordnet, für die der Sinn von Arbeit darin besteht, „engagiert Höchstleistungen zu erzielen“. Wirorientierte Menschen bewerten den Leistungsfokus negativ und verbinden ihn mit – negativ konnotierten – Wirtschaftsinteressen.[134] Das Verständnis von Leistung wird also zwiespältig gesehen.

[130] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).
[131] Siehe Fernow et al. (2017), S. 53; Expertinnen- und Experteninterview und Treffpunkt: Zukunft – Podcast (2017b).
[132] Siehe Fernow et al. (2017), S. 54 und Expertinnen- und Experteninterview.
[133] Vgl. Wohlers, Hombrecher (2016), S. 11 ff.
[134] Siehe Brühl et al. (2017), S. 25 ff.



Das Leben genießen ist den Menschen wichtig, wobei sich eine starke Vermengung hedonistischer Werte mit anderen Wertegruppen vollzieht.

Expertinnen- und Experteninterview 5

„Es ist denkbar, dass Hedonismus mit einem stärkeren Bedürfnis zur Meditation einhergeht. Die verstärkte Multioptionalität wird mehr Stress produzieren.“

Ambivalente bzw. stagnierende Entwicklungen zeigen sich in der hedonistischen Wertegruppe (siehe Kapitel 9.3.7). Diese Werte werden jedoch kaum bzw. oft nur am Rande in den analysierten Studien thematisiert. Die Allensbach-CAPI-Befragung zeigt, dass gut der Hälfte der Menschen hedonistische Werte, ausgedrückt durch die Items *„viel Spaß haben“*, *„ein gutes Leben führen“*, wichtig sind und den fünften Platz des Wünschenswerten belegen (siehe Abbildung 7). Werte wie *„die Welt, andere Länder oder Kulturen kennenlernen“* oder *„starke Erlebnisse haben“*, *„Abenteuer und Spannung“* rangieren eher im mittleren und hinteren Feld. Ein Vergleich mit früheren Jahren zeigt zudem Schwankungen bei hedonistischen Werten (2005: 42 %, 2011: 60 %, 2015: 49 %).[135] Dies lässt vermuten, dass hedonistische Werte einerseits immer wieder Neuaufladungen unterliegen oder gegenüber anderen Wertegruppen schneller in den Hintergrund rücken als andere. In der Tendenz werden diese Werte in der gesellschaftlichen Relevanz höher eingeschätzt (siehe Abbildung 7). Ein hedonistischer Lebensstil wird vor allem der Generation X und in Teilen auch noch der Generation Y nachgesagt.[136]

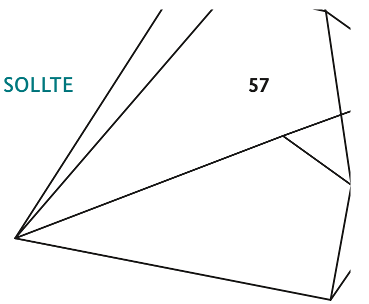
Dies steht jedoch im Widerspruch zu der weiter oben beschriebenen hohen Bedeutung von Erwerbsarbeit und der Bereitschaft, viel zu arbeiten – sofern die Rahmenbedingungen stimmen. Abzuzeichnen scheint sich eher ein Aufgehen in anderen Wertegruppen bzw. eine sehr starke Vermengung der hedonistischen Werte mit anderen.

Die klassischen Attribute des Hedonismus – wie das Leben bzw. die guten Dinge des Lebens genießen, ein aufregendes, bequemes, komfortables und behagliches Leben führen oder ein Leben mit viel Vergnügen – werden zunehmend durch die Erfüllung anderer Wertegruppen bedient. So ist es z. B. dann ein gutes Leben, wenn unterschiedlichste Lebensbereiche (wie z. B. die Arbeit) mit Sinn gefüllt sind oder wenn etwa eine gute Work-Life-/Life-Work-Balance gelingt, ohne dabei zu sehr im Bereich Arbeit zurückzustecken. Hedonismus und Selbstverwirklichung verschwimmen im Lebensbereich Arbeit, indem der Job teilweise „hedonistische Züge“ annimmt: Sich im Arbeitskontext selbst wieder neu erfinden zu können und viele spannende Erfahrungen zu machen gewinnt zunehmend an Bedeutung.[137] Hedonistische Werte finden eher unter jungen Menschen Anklang (16 bis 29 Jahre: 69 %; 60 Jahre und älter: 47 %). Insbesondere aber das Bedürfnis, „die Welt kennenzulernen“, wird mit steigendem sozioökonomischem Status häufiger genannt und zeugt dadurch eher von einem bestimmten Lebensstil als von einem vermeintlich jugendlichen Wert.[138]

Die Relevanz normorientierter Werte erweist sich als stark ergebnisgetrieben und kontextabhängig.

Normorientierte Werte (z. B. Sicherheit, Disziplin und Ordnung; siehe Kapitel 9.3.8) stehen oft im Spannungsfeld zu Freiheit bzw. selbstbestimmungsorientierten Werten. Tendenziell zeigte die Diskussion zu den selbstbestimmten Werten, dass ein Mehr an privater Freiheit für ein Weniger an staatlicher Sicherheit durchaus bevorzugt wird (s. o.). Gleichzeitig zeigt sich, dass normorientierte Werte stark durch einzelne Ereignisse getrieben sind und an Stärke gewinnen, wenn besondere Vorkommnisse auftreten, die den Menschen

[135] Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach (2019a), S. 32.
[136] Siehe Handelsblatt (2019).
[137] Siehe Brühl et al. (2017), S. 27; Allmendinger (2017), S. 150 und Fokusgruppe mit Jugendlichen.
[138] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).



Angst machen (z. B. Terroranschläge), dann aber schnell wieder abflauen.[139] Einer grundsätzlich stärkeren Überwachung und Preisgabe persönlicher Daten zugunsten einer höheren durch den Staat garantierten Sicherheit stimmen aber nur wenige zu.[140]

Gleichwohl hält fast die Hälfte ein Mehr an Disziplin und Ordnung (47 %) für erstrebenswert, und je älter, desto stärker ist die Erwünschtheit dieser Werte. Es sind zudem vor allem Menschen aus den neuen Bundesländern und jene, die das Gefühl haben, dass die gesellschaftlichen Veränderungen eher negativ sind.[141] Verbreitet ist jedoch der Eindruck, dass Disziplin und Ordnung der Gesellschaft als Ganzem eher weniger wichtig sind (21 %; siehe Abbildung 7) – in dieser Einschätzung sind sich die Befragten erneut relativ einig. Bisweilen wird auch das Erstarken rechtspopulistischer Parteien als Hinweis eines Wunsches nach mehr Ordnung und Disziplin interpretiert. Ein Blick in die Ergebnisse der CAPI-Befragung verrät: Neben CDU/CSU-Wählern (57 %) sind es tatsächlich vor allem AfD-Wähler (55 %), die Disziplin und Ordnung als zentrale Werte tendenziell häufiger nennen, z. B. im Vergleich zu den Wählern der Grünen oder der FDP (je gut 30 %).

Deutlich stärker ist das Sicherheitsbedürfnis, wenn es um die Sicherheit im nahen Umfeld geht. Das zeigt sich insbesondere auch in den Bereichen Arbeit und materielle Sicherheit, also in Bezug auf Berufsaussichten oder die Vermeidung von prekären Lebensverhältnissen.[142] Ein großer Anteil der Menschen findet, dass Besitz Sicherheit verleiht (siehe auch leistungsbezogene Werte). Vor allem für ältere Menschen sowie Menschen mit niedrigem Einkommen ist diese Verknüpfung von Besitz und wahrgenommener Sicherheit stark ausgeprägt. In der Kombination von Alter und sozialem Status wird unter Jüngeren eine eindeutige Schichtabhängigkeit deutlich: Jüngere Kinderlose mit gehobener Bildung und Einkommen bekennen sich eher zu den Werten *„Disziplin und Ordnung“* (42 %) als gleichaltrige Kinderlose ohne diese Voraussetzungen (21 %).[143]



Die gestaltungsorientierten Werte sind geprägt von der Technikskepsis der Deutschen und der Angst davor, dass Technik Lebensbereiche immer stärker durchdringt.

Expertinnen- und Experteninterview 21

„Deutschland ist von einer im internationalen Vergleich großen Technikskepsis geprägt und zeigt gleichzeitig nur einen geringen Wunsch zum Wandel.“

Die gestaltungsorientierte Wertegruppe (z. B. Offenheit für Neues, Aufgeschlossenheit, Kreativität, Neugierde, siehe Kapitel 9.3.8) ist von Unsicherheit und Skepsis geprägt. Wissenschaft und Technik haben in nahezu allen Lebensbereichen einen immer größer werdenden Einfluss. Gleichzeitig herrscht jedoch eine große Ambivalenz gegenüber Technik – insbesondere in Zeiten, in denen „Rückbesinnung“ und „Verbindung zur Natur“ neue Leitbilder geworden sind – vor. Die Deutschen legen seit jeher eine gewisse Technikskepsis an den Tag. Immerhin die Hälfte glaubt allerdings, dass Wissenschaft und Forschung dazu beitragen können, die Auswirkungen der derzeitigen gesellschaftlichen Veränderungen positiv zu gestalten (siehe Abbildung 29). Dieser Eindruck steigt mit dem Bildungsniveau (niedriges: 45 %; höheres: 61 %).[144] Gleichzeitig machen die vielen technologischen Neuerungen und das immer tiefergehende Durchdringen des Lebens durch die Technik den Menschen Sorge.

[139] Ein deutlicher Anstieg des Sicherheitsbedürfnisses war beispielsweise 2008 nach der Finanzkrise in Deutschland zu verzeichnen. Brühl et al. (2017), S. 27.

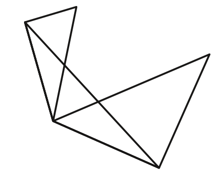
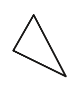
[140] Siehe Fernow et al. (2017), S. 42.

[141] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a) und GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (2019).

[142] Siehe Wippermann, Krüger (2018); S. 71.

[143] Siehe Allmendinger (2017); 106 ff.

[144] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a). Siehe auch Allmendinger (2017), S. 152 f.

„Immer Neues lernen“ rangiert unter dem Wünschenswerten immerhin im Mittelfeld, ebenso *„die Welt kennenlernen“*, was man sowohl unter Hedonismus als auch unter Neugierde verbuchen kann. Während allerdings Ersteres für die Gesellschaft stark unterschätzt wird, ist Letzteres auf individueller und gesellschaftlicher Ebene nahezu gleich bedeutsam (siehe Abbildung 7). *„Immer Neues lernen“* ist erwartungsgemäß für eher jüngere Menschen wichtig. Zudem auch für Menschen mit einem höheren Schulabschluss bzw. einem höheren Sozialstatus. Auch die Größe des Wohnortes spielt eine Rolle: Je größer die Einwohnerzahl, desto häufiger nennen die Befragten *„Offenheit für Neues“* oder auch *„die Welt kennenlernen“* als für sie wichtige Werte. Ebenso wenig überraschend sind beide Werte für jene eher erstrebenswert, die ein hohes Vertrauen in den positiven Einfluss von Wissenschaft auf aktuelle Veränderungen haben.[145] Für die Einschätzungen der gesellschaftlichen Erwünschtheit verschwinden die Effekte größtenteils. Angetrieben wird die Skepsis zusätzlich durch ein Freiheitsbedürfnis (vgl. selbstbestimmungsorientierte Werte) und zunehmende Möglichkeiten der Manipulation von Informationen, die ein Mehr an Technik und vor allem Digitalisierung mit sich bringen.[146]

Dabei erkennen die Menschen, entsprechend den Ergebnissen von Allmendinger, durchaus eine Erleichterung von insbesondere einfacheren Haushaltsaufgaben durch Technik an – technischer Fortschritt wird nicht per se abgelehnt. Entsprechend dem eingangs beschriebenen Trend eines bewussten Lebens und einer Rückbesinnung auf das „Echte“, d. h. auf das Analoge, im Leben ist es den Menschen unabhängig von soziodemografischen Merkmalen sehr wichtig, Aufgaben selbst mit den eigenen Händen durchzuführen.[147] Daraus lässt sich schließen, dass die Nutzung von Technik auf einer selbstbestimmten Entscheidung fußen soll und nicht auf einem vorgeschriebenen Nutzungszwang. Für die Einschätzungen zur Nutzung von Technik zeichnet sich ebenso ein deutliches Sozialprofil: Menschen mit höherer Bildung und höherem Einkommen, aber auch Menschen aus den neuen Bundesländern und Frauen nutzen häufiger (Alltags-)Technik. Dieses soziale Nutzungsprofil von Technik lässt zudem vermuten, dass diese auch durch die finanzielle Situation bestimmt wird. Sichtlich gespalten zeigen sich die Befragten bei Allmendinger beim Thema Technik im Gesundheitsbereich: Sowohl für das Gesundheitsmonitoring als auch für die Prävention kristallisieren sich die klar positionierten Gruppen „freudige Befürworter“ vs. „entschiedene Gegner“ – darunter vor allem Frauen – heraus. Der Einsatz von lebensverlängernden Technologien ohne weitergehenden therapeutischen Nutzen stößt im Gegensatz dazu bei allen auf eine sehr geringe Zustimmung. Dieses Ergebnis verdeutlicht: Offen gegenüber Technik sind die Menschen vor allem dann, wenn sie das Gefühl haben, diese kontrollieren bzw. die Eingriffstiefe abschätzen zu können, und ihnen der Nutzen klar verständlich ist.[148]



Die seit langem nachrangigen traditionsorientierten Werte erfahren im Zusammenhang mit der verstärkten Suche nach Sinn und Halt einen leichten Aufschwung.

Das Schlusslicht im Werteranking stellen eindeutig traditionsorientierte Werte dar (siehe Abbildung 7 und Kapitel 9.3.10). Es handelt sich allerdings um eine Wertegruppe, die in den Studien gar nicht oder nur in geringem Umfang behandelt wird. Scheint sich bei religiösen, vermeintlich konservativen und auf das „Altbewährte“ bezogenen Werten auf den ersten Blick wenig zu ändern, wird beim genauen Hinschauen deutlich, dass diese Werte in Teilen wiederentdeckt werden. Mit Blick auf Konservatismus ist eine leichte Trendwende zu beobachten, die wiederum eng mit der eingangs beschriebenen Rückbesinnung auf „Heimat“ oder „Tradition“ in einer Vielzahl von Lebensbereichen verknüpft ist: von den regionalen heimischen Lebensmittelprodukten über das traditionelle Handwerk bis hin zur Erhaltung und Restaurierung alter Gebäude oder auch zum Urlaub im Heimatland ist alles dabei. Die eigene Nation und Kultur kann in ungewissen

145 Institut für Demoskopie Allensbach (2019a). Siehe auch Allmendinger (2017), S. 159 ff.
146 Siehe auch Fernow et al. (2017), S. 61 ff.
147 Vgl. Allmendinger (2017), S. 110 ff. und 182.
148 Vgl. Allmendinger (2017), S. 110 ff. und 182.

Zeiten als ein stabilisierender Pfeiler fungieren.[149] Entsprechend zeigt sich, dass „stolz sein auf die deutsche Geschichte" tendenziell an Bedeutung gewinnt.[150]

Grundsätzlich sind traditionsbezogene Werte eher älteren Menschen wichtig. Verschiedene Studien kommen allerdings zu dem Ergebnis, dass die Bedeutung von Tradition und Erhalt von Sitten und Gebräuchen auch unter Jugendlichen leicht zunimmt.[151] Religiosität erfährt in der jüngeren Vergangenheit ebenfalls einen leichten Bedeutungsgewinn, verharrt aber dennoch auf einem sehr niedrigen Niveau. Dabei gilt: Der Wert Religion ist vor allem älteren Menschen, Bildungsarmen und Menschen mit Migrationshintergrund sowie aus den alten Bundesländern wichtig.[152] Dies ist einem Trend zur Säkularisierung geschuldet, der Wertorientierungen nicht mehr notwendigerweise an Religion und Glauben bindet.

Prägungen der individuellen Werte finden vor allem im persönlichen Umgang und in „Lernsituationen" statt. Soziale Medien und Internetkommunikation werden eher nicht als Instanzen der Wertebildung wahrgenommen.

Fokusgruppe mit Jugendlichen

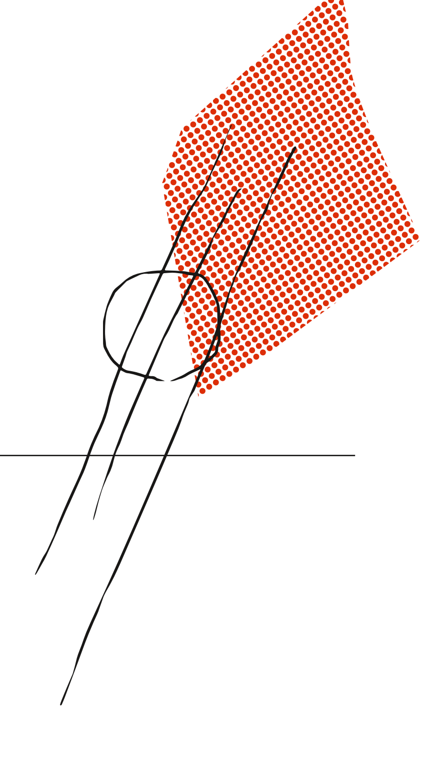
„Vor allem meine Familie hat mich geprägt – mein Vater ist mein Vorbild."

„Lehrerinnen und Lehrer haben einen großen Einfluss durch das, was sie tun, sagen und dadurch, wie sie die Schüler behandeln."

„Ich bin skeptisch gegenüber den Inhalten im Internet, vieles ist Fake."

Schließlich stellt sich die Frage, wodurch die eigenen Ansichten besonders geprägt werden. Erwartungsgemäß sind es vor allem nahestehende Bezugspersonen, d.h. Eltern, gute Freundinnen und Freunde oder der Partner oder die Partnerin, die einen hohen Einfluss ausüben. Auch die Ausbildung bzw. das Arbeitsumfeld stellen wichtige Vermittlerinnen und Vermittler dar und damit Instanzen, die meist erst in späteren Lebensphasen eine Rolle spielen.

Deutlich wird zudem, dass es in der Regel mehrere Instanzen sind, die prägen. Im Schnitt sehen die Befragten fünf bis sechs Instanzen, die sich auf ihre Wertvorstellungen auswirken.[153] Partnerin bzw. Partner und die Ausbildung bzw. das Arbeitsumfeld werden mit steigendem Einkommen häufiger genannt. Das Arbeitsumfeld wird auch wesentlich häufiger genannt, je höher die Schulbildung ist. Erwartungsgemäß unterscheidet sich der Einfluss der Vermittlerinnen und Vermittler stark nach dem Alter. Bildung bzw. der Status spielen zudem eine entscheidende Rolle im Hinblick auf den Einfluss, der Büchern oder Filmen sowie Begegnungen mit anderen Menschen zugerechnet wird. Der Einfluss dieser Faktoren sinkt mit dem Bildungsniveau bzw. Status.[154]



149 Siehe Fernow et al. (2017), S. 37 und 73.
150 Siehe Albert et al. (2015), S. 250 ff.
151 Siehe European Social Survey (2018) und Albert et al. (2015), S. 243.
152 Siehe Allmendinger (2017), S. 151, 161 f. und 191 f.
153 Institut für Demoskopie Allensbach (2019a), S. 33.
154 Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

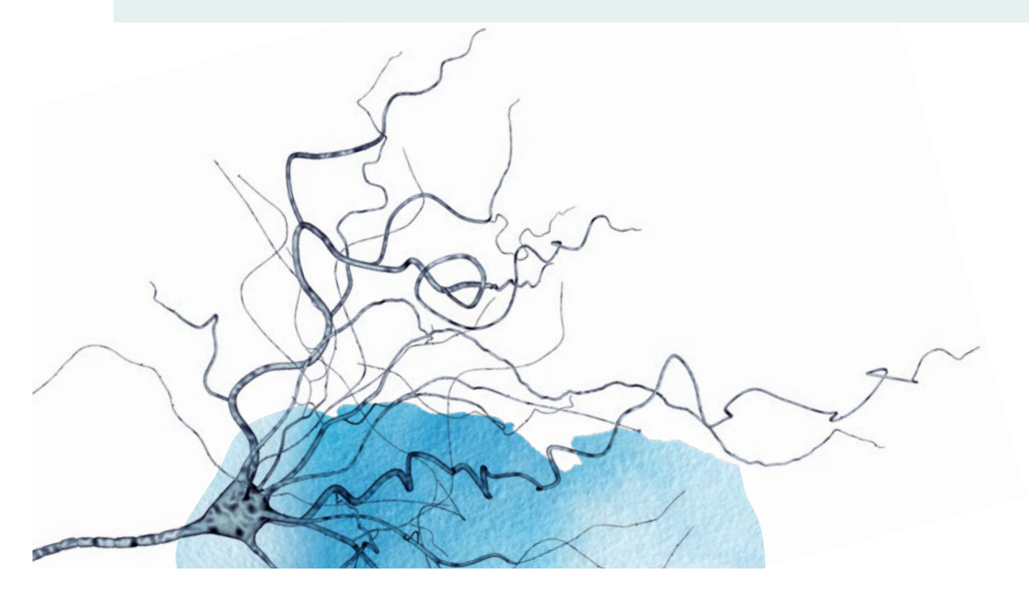
Abbildung 8: Wer oder was prägt unsere Wertvorstellungen?

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre; N=1.298

Frage: *Man wird ja durch die unterschiedlichsten Dinge im Leben beeinflusst. Wie ist das bei Ihnen: Was hat Ihre Wertvorstellungen und Ansichten besonders geprägt? (Listenvorschlag)*

	%
Eltern	81 %
Gute Freunde	54 %
Partner / Partnerin	49 %
Ausbildung / Studium	44 %
Arbeitsumfeld	42 %
Veränderungen oder Erlebnisse im Leben, z. B. ein besonderer Glücksfall oder Schicksalsschlag	41 %
Geschwister, Großeltern oder andere Verwandte	39 %
Bestimmte LehrerInnen bzw. die besuchte Schule	38 %
Das eigene Kind / die Kinder	33 %
Die Medien (Fernsehen, Internet, Zeitungen, Zeitschriften, Radio)	30 %
Gelesene Bücher / gesehene Filme oder Serien	27 %
Begegungen mit Menschen anderer Kulturen	22 %
Vorbilder, Idole	20 %
Der Glaube	18 %
Mitgliedschaft in einer Partei, einer Gemeinde, einem Verein oder einer anderen Gruppe	15 %
Internetkommunikation z. B. soziale Netzwerke, Foren, Blogs, Chat-Gruppen	12 %
Personen oder Gruppen, denen man im Internet folgt	4 %

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.



Das Schlusslicht in der Bewertung von Einflussfaktoren auf die Wertebildung bilden soziale Medien und Personen oder Gruppen, denen man im Internet folgt. Dieses Ergebnis ist insofern überraschend, als dass hierin häufig einer der Hauptgründe für den Verfall des Zusammenhalts gesehen wird. Berücksichtigt man zudem die verschiedenen Werte(wandel)theorien (siehe Kapitel 2.2), in denen der Diskurs und vor allem auch der mediale Diskurs als wichtige Quelle von Wertebildung genannt wird, erscheint dieses Ergebnis wenig plausibel. Betrachtet man die Instanzen der Wertevermittlung jedoch nach Altersgruppen, zeigt sich, dass die Internetkommunikation bei den unter 30-Jährigen mit 30 % einen höheren Stellenwert als in anderen Altersgruppen hat (Platz 6 gemeinsam mit dem Arbeitsumfeld). Grundsätzlich gilt: Je jünger die Befragten sind, desto eher stufen sie soziale Medien und Personen, denen sie im Internet folgen, als prägend ein. Die Schulbildung weist jedoch überraschenderweise keine nennenswerten Effekte auf.

Expertinnen- und Experteninterview 8

„Jugendliche sind immer auf der Suche nach Vorbildern, die sie zunehmend in sozialen Medien finden. Wichtig ist vor allem die Authentizität der Vorbilder. (...) Auch im Netz ist die Authentizität das Entscheidende. Wenn Jugendliche das Gefühl haben, dass das Gegenüber authentisch ist, dann werden sie dessen Werte eher anerkennen. Problem ist, dass viele demokratische Kräfte die Jugend im Netz gar nicht erreichen.“

Aus den Ergebnissen lässt sich schließen, dass der Einfluss, den das Internet und soziale Medien auf unser Wertegefüge ausüben, entweder in der Diskussion systematisch überschätzt oder aber von den Befragten überwiegend nicht bewusst wahrgenommen wird. Zweifelsohne haben die sozialen Medien zu deutlichen Veränderungen im Informations- und Kommunikationsverhalten geführt und nehmen hierbei vor allem unter den Jüngeren eine immer wichtigere Rolle ein. Aus verschiedenen Expertinnen- und Experteninterviews geht hervor, dass vor allem soziale Medien als Ergänzung zu der konventionellen Bildung anzusehen sind. Als problematisch wird dabei eingeschätzt, dass die Inhalte oft kommerziell getrieben sind: Es wird das verbreitet, was rentabel oder populär ist, sodass der Entertainment-Charakter in Darstellung und Zielgruppenansprache im Vordergrund steht. Der digitale Informationskonsum der NutzerNutzerinnen und Nutzer bleibt eher unreflektiert. Als weiteres Phänomen macht sich eine zunehmende Kultur des Vergleichs in den sozialen Medien breit. Die Profilerstellung auf Instagram oder YouTube hat eine wichtige Bedeutung erlangt (vgl. auch leistungsorientierte, materielle Werte). Die sozialen Medien ermöglichen den Jugendlichen ein Sich-ausprobieren, durchaus auch von unterschiedlichen Identitäten, und sind daher in einer Welt, die von Selbstdarstellung und Leistungsdruck geprägt ist, ein willkommenes Medium. Gleichzeitig schaffen sie unmittelbare und sich schnell verbreitende Foren, in denen Momente des Scheiterns eine ungeahnte Öffentlichkeit erlangen können, die in ihrer Dynamik und ggf. Radikalität der Reaktionen zu großen individuellen Problemen führen können.

Expertinnen- und Experteninterview 6

„Die sozialen Medien ermöglichen den Jugendlichen das Ausleben von ‚Patchwork-Identitäten‘. Auf unterschiedlichen Plattformen kann man sich verschieden darstellen und sich ausprobieren.“

Soziale Medien werden zunehmend als Informationsquelle genutzt und als Austauschort für einen gesellschaftlichen Diskurs. Noch nicht abzusehen ist dabei das Ausmaß des Einflusses der einzelnen Plattformen – Facebook, Twitter und Instagram verfügen zusammen über 70 % bis 80 % des Marktanteils in ihrem Bereich. Alle drei Dienste filtern Informationen u. a. basierend auf Algorithmen und selektieren den Informationsfluss somit vor.[155] Der Einfluss der sozialen Medien auf Werte nimmt daher in den Augen verschiedener Expertinnen und Experten vor allem auch im Gegensatz zur Primärsozialisation zu. Wie stark die Einflüsse der sozialen Medien im Vergleich zum Elternhaus sind, hängt aus Sicht einiger Expertinnen und Experten, davon ab, wie gesund, stabil und resilienzfördernd die Umgebung ist, in der ein Mensch aufwächst.[156]

[155] Vgl. Remotti et al. (2016), S. 32.

[156] Expertinnen- und Experteninterviews.

Wichtige Erkenntnisse über die Wechselwirkungen zwischen Internetnutzungsdauer und Werthaltungen werden basierend auf der Analyse unstrukturierter Daten im nachfolgenden Kasten näher beleuchtet.

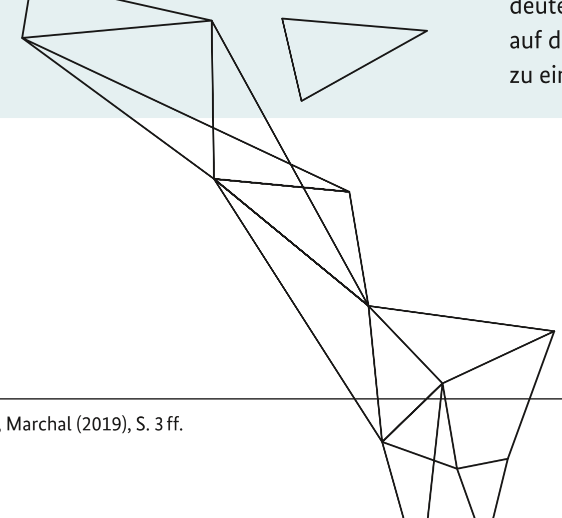


Wechselwirkungen zwischen Internetnutzungsdauer und Werthaltungen

Die fortschreitende Digitalisierung erreicht eine immer breitere Öffentlichkeit. Immer stärker beeinflussen digitale Medien die Meinungen und Einstellungen der Bürgerinnen und Bürger. Dies zeigt etwa die wachsende Welle des Populismus am Beispiel des letzten Präsidentschaftswahlkampfs in den USA oder des Brexits.[157] Digitale Einflüsse auf die Meinungsbildung und politische Prozesse sind inzwischen eng verwoben, wobei unklar bleibt, wie stark diese Einflüsse letztendlich sind. Ebenfalls ist unklar, ob digitale Medien nicht nur Meinungen und Einstellungen, sondern auch langfristig Werte beeinflussen. Durch eine Analyse unstrukturierter Daten wurden erstmals Zeitreihen von Internetnutzungsdaten in Deutschland seit 2005 mit Daten verschmolzen, die Rückschlüsse auf die Werte von Bürgerinnen und Bürgern erlauben (Vorgehen siehe Kapitel 3). Dies ist vor allem deshalb entscheidend, da Werte sich meist nur langfristig ändern. Aufgrund der langfristigen Wirkungen der Effekte durch die Internetnutzung auf die eigenen Werthaltungen ist es fraglich, ob Personen die Wechselwirkungen selbst überhaupt wahrnehmen. Nehmen sie die Effekte nicht wahr, können sie, etwa in einer CATI- oder CAPI-Befragung, darüber auch keine Auskunft geben.

Die Ergebnisse der Analyse unstrukturierter Daten zeigen, dass statistische Zusammenhänge zwischen der Internetnutzungsdauer und (bestimmten) Werten bestehen – und umgekehrt. Sie geben damit einen wichtigen Hinweis darauf, dass die Internetnutzung sehr wohl langfristig (bestimmte) Werte ihrer Nutzerinnen und Nutzer beeinflussen kann. Weiterhin zeigen die Ergebnisse auch, dass Bürgerinnen und Bürger mit (bestimmten) Werten zunehmend stärker bzw. zunehmend schwächer das Internet nutzen. Hierbei darf aber nicht übersehen werden, dass es sich erstmal nur um Korrelationen handelt. Eine Kausalität lässt sich zwar vermuten, aber nicht allein dadurch belegen. Insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung lassen die Ergebnisse erwarten, dass zukünftig die Wechselwirkungen zwischen (bestimmten) Werten und der Internetnutzung deutlich stärker werden. Die frühe Identifizierung dieser Entwicklungen ist daher vor allem aus gesellschaftspolitischer Sicht relevant.

In der folgenden Tabelle werden die Ergebnisse der Analysen im Überblick dargestellt. Die Werte zeigen die Minuten der Internetnutzung in Abweichung vom Mittelwert aller Bürgerinnen und Bürger. Interessant ist vor allem die Veränderung zwischen Internetnutzungsdauer und den Werten im Zeitverlauf. Gerade dies deutet darauf hin, dass die Internetnutzung Einfluss auf die Werte hat und nicht nur unterschiedliche Werte zu einer unterschiedlichen Internetnutzung führen.

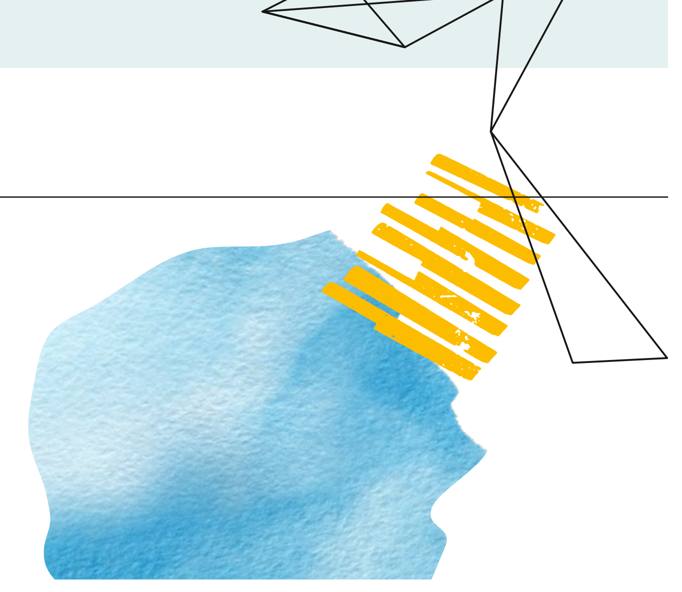


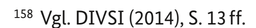
[157] Siehe Neudert, Marchal (2019), S. 3 ff.

Soziale, selbstbestimmungsorientierte sowie die neuaufgeladenen leistungsorientierten Werte hängen vor allem positiv mit der Internetnutzung zusammen. Von allen gemessenen Werten verzeichnet die Freundschaft das stärkste Wachstum und trägt neben Partnerschaft besonders zum Bedeutungszuwachs der sozialen Werte bei. Gerade bei jüngeren Bevölkerungsgruppen lässt sich diese Entwicklung allerdings nicht nur mit dem Bedürfnis nach vermehrten sozialen Kontakten in der realen Welt erklären, sondern auch mit der zunehmenden Verschmelzung ebendieser mit der digitalen Welt. So ist es insbesondere für Jugendliche immer wichtiger, in sozialen Netzwerken mit Gleichaltrigen verbunden zu sein, um freundschaftliche Netzwerke aufrechtzuerhalten und zu pflegen.[158] Gleichzeitig ermöglicht das Internet die Bildung von Communitys Gleichgesinnter und erleichtert das Knüpfen neuer Freundschaften sowie die Partnrinnen- und Partnersuche.[159]

Freiheit als selbstbestimmungsorientierter Wert ist über die Gesamtheit des Untersuchungszeitraums mit der Internetnutzung ebenfalls angestiegen. Dies entspricht der bereits zuvor gemessenen gleichbleibend hohen Bedeutung dieser Wertegruppe und lässt sich auf Bereiche wie Selbstverwirklichung und Selbstbestimmung übertragen. Durch neue digitale Angebote wie etwa Assistenzprogramme oder Online-Dienste ist den Menschen die persönliche Entfaltung in dieser Sphäre zunehmend wichtig geworden. Besonders Jugendliche nutzen das Internet, um erste freiheitliche Erfahrungen ohne direkte Aufsicht von Erziehungsberechtigten zu machen.[160] In Zusammenhang mit dem Internet lässt sich diese Entwicklung vermutlich auch mit der Bildung einschlägiger Gruppierungen in sozialen Netzwerken sowie einem steigenden Verlangen nach Abgrenzung zu anderen Gruppen erklären. Verstärkt wird dies unter anderem durch digitale Filterblasen.[161]

Leistungsbezogene Werte erfahren auch im Umfeld der Digitalisierung eine Neuaufladung, wie unter anderem die geführten Expertinnen- und Experteninterviews zeigen. Einerseits verlieren reine berufliche Leistungen und Erfolge an Bedeutung, gleichzeitig steigt jedoch die Bedeutung des eigenen Lebensstandards sowie dessen Darstellung im Internet. Insbesondere geht es dabei um die akribische und zumeist positiv konnotierte Dokumentation des eigenen Lebens in sozialen Netzwerken.[162] Diese Entwicklung wird auch „Digital Narcism“[163] genannt und geht einher mit der hohen Bedeutung von Lebensfreude als hedonistischem Wert. Es zeigt sich aber auch, dass die Möglichkeit der ständigen Vergleichbarkeit und Erreichbarkeit alle Bevölkerungsschichten, vor allem aber Kinder und Jugendliche, stresst und unter Leistungsdruck setzt.[164] Nach einem Bericht der KKH Kaufmännischen Krankenkasse hat die psychische Belastung von Kindern und Jugendlichen in den letzten Jahren deutlich zugenommen. In fast allen Altersgruppen gilt Konkurrenz- bzw. Leistungsdruck als größter Stressfaktor, gefolgt von Druck durch Medien und Influencerinnen und Influencern. Im Vergleich zu 2007 haben Depressionen in der Altersgruppe 13- bis 18-Jährige um 119 % zugenommen und Burnout in allen Altersklassen um über 100 %. Neben der ständigen Erreichbarkeit werden als Ursachen vor allem soziale Netzwerke und Cybermobbing aufgeführt.[165]

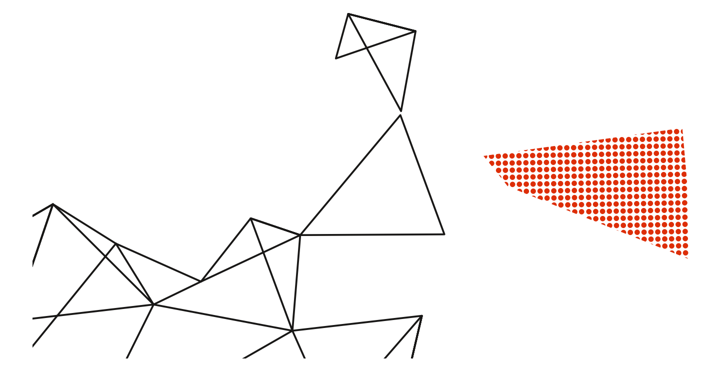




[158] Vgl. DIVSI (2014), S. 13 ff.
[159] Vgl. Scherbeck (2016).
[160] Vgl. Furedi (2014).
[161] Vgl. Vössing (2018).
[162] Vgl. Vergin (2018).
[163] Vgl. Pratt (2009).
[164] Vgl. Booker et al. (2018).
[165] Vgl. Klemm, Romanos (2018).

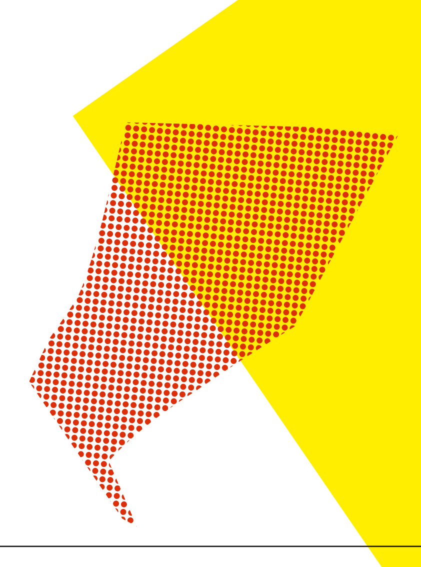
Wertegruppen	Wert	2005	2010	2015
Sozial	Freundschaft	4,06	5,77	6,31
Selbstbestimmungsorientiert	Freiheit	3,10	4,96	4,59
Sozial	Partnerschaft	2,35	3,73	4,10
Hedonistisch	Lebensfreude	2,40	3,67	3,47
Leistungsorientiert	Lebensstandard	2,38	3,40	3,21
Politikorientiert	Eigenverantwortung	1,92	3,28	2,78
Sozial	Familie	0,51	0,96	1,39
Normorientiert	Sicherheit	0,37	0,79	1,28
Gestaltungsorientiert	Offenheit	1,14	1,51	1,23
Leistungsorientiert	Erfolg	0,65	1,30	0,88
Gemeinschaftsbezogen	Toleranz	0,43	0,65	0,57
Leistungsorientiert	Leistung	−0,20	0,42	−0,05
Gemeinschaftsbezogen	Solidarität	0,06	−1,10	−0,20
Gemeinschaftsbezogen	Gleichheit/Gerechtigkeit	0,01	−1,42	−0,32
Hedonistisch	Abenteuer	−0,06	−0,23	−0,53
Politikorientiert	Politikengagement	−0,68	−0,84	−1,15
Gestaltungsorientiert	Kreativität	−0,31	−0,91	−1,18
Politikorientiert	Einfluss	−0,55	−0,62	−1,18
Bewusstseinsbezogen	Gesundheit	−1,04	−1,37	−1,33
Bewusstseinsbezogen	Umwelt	−1,00	−1,44	−1,76
Traditionsorientiert	Konservatismus	−1,95	−2,70	−2,45
Normorientiert	Gesetzesakzeptanz	−2,81	−3,49	−3,60
Bewusstseinsbezogen	Nachhaltigkeit	−2,39	−3,59	−3,87
Traditionsorientiert	Nationalstolz	−3,65	−5,91	−5,40
Traditionsorientiert	Gläubigkeit	−4,73	−6,82	−6,80

Beispiel: Menschen mit einer täglichen Internetnutzungsdauer von 6,31 Minuten über dem gesellschaftlichen Durchschnitt tendieren eher dazu, Freundschaft einen höheren Stellenwert beizumessen. Oder umgekehrt.



In Korrelation mit der Internetnutzung weisen traditionsorientierte, gestaltungsorientierte und, anders als bei vorherigen Untersuchungen, auch bewusstseinsbezogene Werte einen negativen Zusammenhang auf. Diese Befunde erweitern auch die Ergebnisse der vorangegangenen Analysen, in der die ambivalente Meinung der Menschen gegenüber Neuem deutlich wurde, und spiegeln unter anderem die Technikskepsis der deutschen Gesellschaft wider. So ist die Offenheit gegenüber der Digitalisierung nach einer kurzzeitigen Steigerung in den letzten Jahren merklich gesunken. Auslöser war beispielsweise die NSA-Affäre im Jahr 2013, welche nicht nur zu einem nachhaltig veränderten Bewusstsein für Datensicherheit führte, sondern auch das Misstrauen der Bevölkerung gegenüber der Digitalisierung bekräftigte.[166] Dennoch bleibt vor allem Bequemlichkeit ein Grund, warum viele Menschen trotz Misstrauen gegenüber sozialen Medien und Datenlecks im Internet konträr handeln.[167]

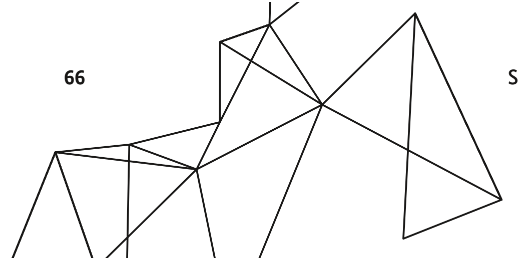
Bei der Analyse der bewusstseinsbezogenen Werte lässt sich ebenfalls ein negativer Zusammenhang feststellen, anders als bei der Untersuchung der Wertelandschaft ohne Berücksichtigung des Einflusses der Internetnutzung. Dabei stechen insbesondere umwelt- und nachhaltigkeitsbezogene Werte hervor. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich die Identifikationen von Korrelationen zwischen Mediennutzung und Werteentwicklung vor allem auf den Zeitraum bis 2015[168] beziehen und somit aktuelle Klimadiskussionen nicht mit einbeziehen. Zu beachten ist außerdem, dass die Ergebnisse nur die Wechselwirkungen zwischen Internetnutzung und Wertegruppen darstellen, nicht jedoch die Gesamtentwicklung der Werthaltung widerspiegeln.



[166] Vgl. Böhm (2014).

[167] Vgl. Chivri (2018).

[168] Die Datenanalyse beruht zu wesentlichen Teilen auf der ARD/ZDF-Massenkommunikation-Langzeitstudie, welche alle fünf Jahre veröffentlicht wird. Zuletzt im Jahr 2015.



4.2 Wie es morgen sein sollte: die zukünftigen und subjektiven Wünsche und Erwartungen der Menschen aus heutiger Sicht

Die subjektiven Wünsche der Befragten, wie die Zukunft sein sollte, und die Frage, welche Entwicklung sie aus heutiger Sicht erwarten, differieren in ihren Ergebnissen stark. Unterschiede treten auch bei der Beschreibung der aktuellen Wertelandschaft durch die Befragten auf.

Die Befragten wünschen sich vor allem eine gerechtere, solidarischere und soziale Welt, in der die Politik besser auf die Bedürfnisse der Menschen eingeht.

Bei den Fragen danach, was die Befragten sich für die Zukunft wünschen, was sich ändern müsste, damit sich die Gesellschaft positiv entwickelt, und welche Werte dafür eine Rolle spielen, bilden sich zwei eindeutige Linien ab. Sie wünschen sich (siehe Abbildung 9)

- weniger Egoismus und mehr Hilfsbereitschaft und Solidarität, eine soziale, solidarischere Gesellschaft mit geringeren sozialen Unterschieden und
- eine bürgernähere Politik.[169]

Als Werte, die für eine positive Entwicklung der Gesellschaft wichtig sind, werden vor allem gesellschaftsfördernde Werte (z. B. der Respekt gegenüber Mitmenschen, Hilfsbereitschaft, Zivilcourage und Chancengerechtigkeit; siehe Abbildung 31, Kapitel 9.3.1 und Kapitel 9.3.3) und gemeinschaftsfördernde Werte (z. B. Ehrlichkeit, Familiensinn; siehe Abbildung 31, Kapitel 9.3.1 und Kapitel 9.3.3) genannt. Der Wunsch nach einer Fokussierung auf das „echte“ Leben (in Abgrenzung zu virtuellen Realitäten) und nach sozialer Interaktion mit den Mitmenschen sowie nach Orten der Heimat, wie z. B. der Familie, ist auch mit Blick auf die Zukunft ungebrochen hoch. Auch die Studie von Allmendinger bestätigt dies: Gut die Hälfte der Menschen wünscht sich außerdem, dass für die Zukunft die Bedeutung von Familie zunimmt,[170] obwohl die Familie bereits heute sowohl auf der persönlichen als auch auf der gesellschaftlichen Ebene einen recht hohen Stellenwert einnimmt (siehe Abbildung 9 und Abbildung 31). Zukünftig wichtig bleiben sollen weiterhin auch die jeweils unterschiedlichen Modelle mit Bezug auf Familie und Partnerschaft (z. B. Patchwork-Familien), vor allem aus Sicht der Jüngeren.[171] Die große Mehrheit der Befragten (72 %) sieht auch einen Handlungsbedarf für eine gerechtere Verteilung von Einkommen und Vermögen (siehe Abbildung 30). Aktuelle Daten des IW Köln zeigen, dass die Markteinkommen der Haushalte in Bezug auf die Verteilung seit Mitte der 2000er Jahre eine relativ konstante Entwicklung aufweisen, in den 15 Jahren zuvor jedoch eine deutliche Zunahme der Ungleichheit zu konstatieren war.[172] Der Armutsbericht des Paritätischen Wohlfahrtsverbands zeigt erstmals im Jahr 2018 einen leichten Rückgang der Armutsquote, während in der Dekade zuvor eine stetige Zunahme zu beobachten war. Gleichzeitig hat die Zahl der SGB-II-Leistungsempfängerinnen und -empfänger im vergangenen Jahrzehnt kontinuierlich abgenommen.[173] Diese empirischen Befunde werden gestützt durch den SPIEGEL-Wirtschaftsmonitor. Knapp drei Viertel der Befragten geben hier regelmäßig an, dass die Verteilung

[169] Siehe auch Allmendinger (2017), S. 132 ff. und 137 ff. und Fernow et al. (2017), S. 36 ff., 45 ff. und 48 ff.
[170] Siehe auch Allmendinger (2017), S. 130 f. und Fernow et al. (2017), S. 36 ff., 40 f., 46 ff. und 57 f.
[171] Vgl. Allmendinger (2017), S. 126 und 151.
[172] Vgl. Stockhausen, Caldéron (2020), S. 10 ff.
[173] Armutsquote bzw. relative Einkommensarmut, d. h. weniger als 60 % des durchschnittlichen Haushaltseinkommens, vgl. Pieper et al. (2019), S. 4 und S. 15.

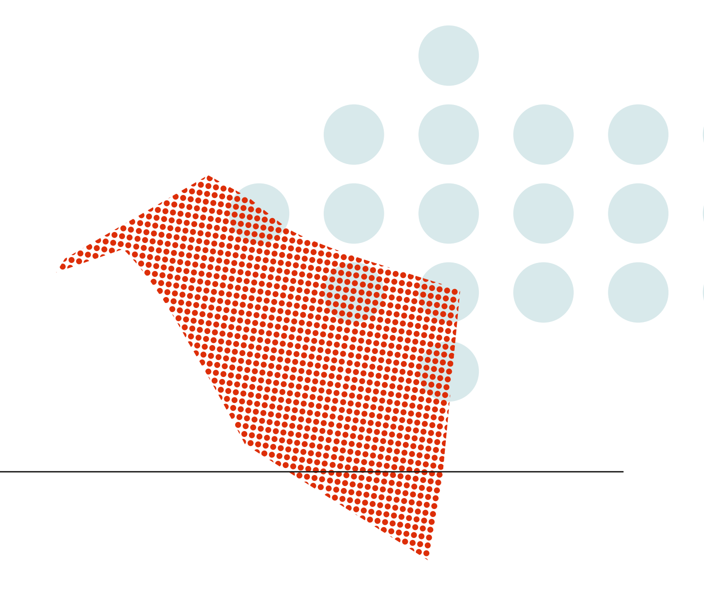
von Einkommen und Vermögen in Deutschland ungerecht sei. In der Realität ist die Vermögensungleichheit zwar überdurchschnittlich ausgeprägt, die Einkommensungleichheit ist jedoch unterdurchschnittlich im Vergleich zu anderen OECD-Ländern.[174] Auch eine Erhebung des ifo Instituts in Dresden kommt zu dem Ergebnis, dass die Dimension gesellschaftlicher Ungleichheit überschätzt wird.[175]

Expertinnen- und Experteninterview 5

„Die Suche nach Orientierung wird wichtiger werden (‚Was soll ich konsumieren?', ‚Wie soll ich leben?'). Die Bevölkerung wird zunehmend mehr Orientierung brauchen, auch vonseiten der Politik."

Dennoch stehen als wichtiges Element für mehr gesellschaftlichen Zusammenhalt die Verringerung der sozialen Unterschiede und eine gerechtere Verteilung der Einkommen und Vermögen weit oben in der Werteskala für die Zukunft. An der Spitze des Wertekanons von morgen wünschen sich die Menschen ebenso gesellschaftsbezogene wie auch soziale Werte (siehe Kapitel 9.3.1 und Kapitel 9.3.3). Damit wird der heute vordringlichste subjektive Wunsch aufgegriffen: Den Menschen ist Solidarität wichtig, aber sie haben nicht das Gefühl, dass dies der Gesellschaft als Ganzem wichtig ist (siehe Abbildung 7), und sie wünschen sich daher für die Zukunft eine Besserung. Die Befragten in der Studie Values & Visions 2030 sind der Meinung, dass Solidarität und Gerechtigkeit heute eine geringe Relevanz für die meisten Menschen in Deutschland haben und auch morgen nicht wichtiger werden, dabei aber hoch erwünscht sind.[176] Für 81 % der Befragten in der Vermächtnisstudie ist das „Wir-Gefühl" persönlich sehr wichtig, aber nur 23 % glauben, dass dies in der Zukunft in der Gesellschaft verbreitet sein wird.[177]

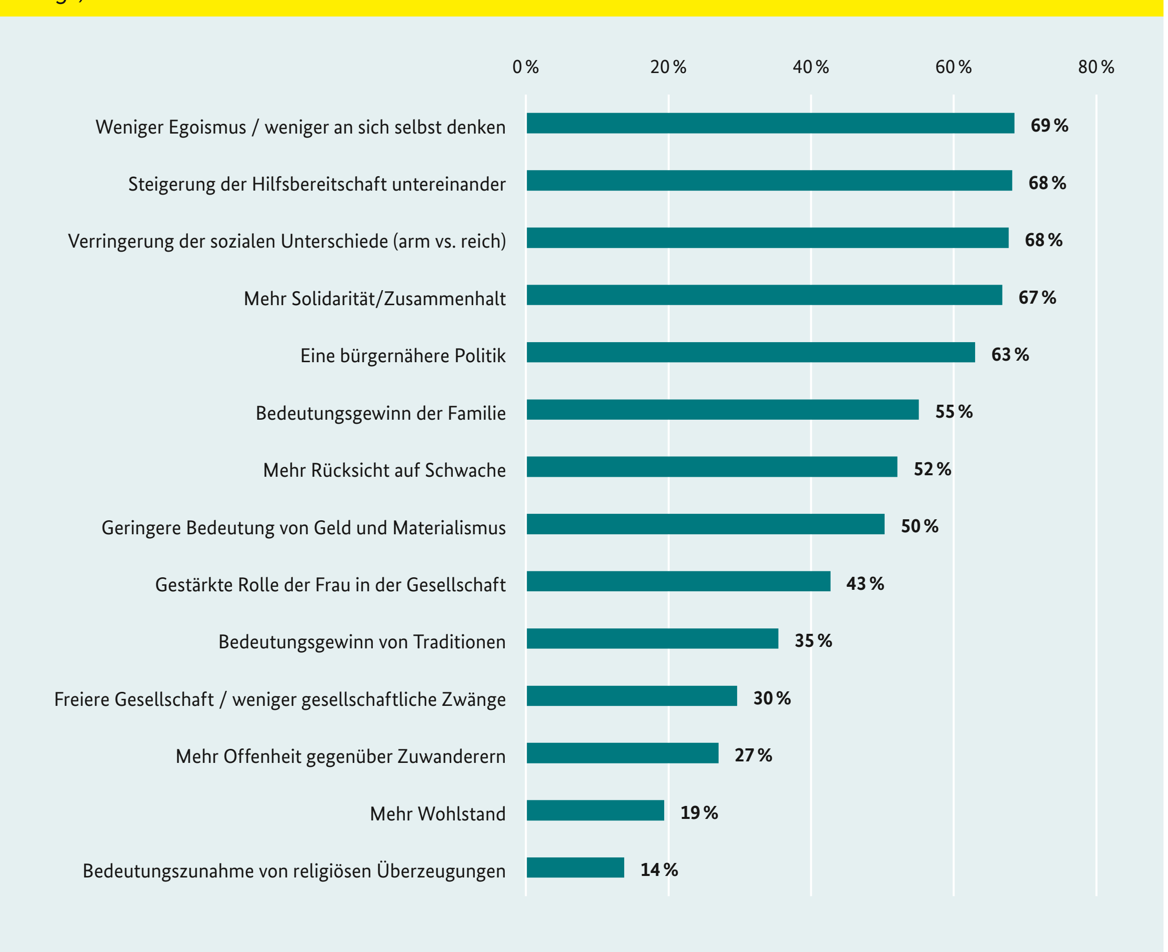
Dies steht jedoch in Kontrast zu der tatsächlichen Entwicklung des ehrenamtlichen Engagements in Deutschland. Dies entwickelt sich seit Jahren positiv, sodass es heute bereits 10 % mehr Freiwillige gibt als noch vor 15 Jahren. Parallel gleichen sich die Beteiligungsquoten von Männern und Frauen sowie West- und Ostdeutschen immer mehr an. Das Gefälle zwischen einer geringeren Beteiligung der schwächeren und der stärkeren sozioökonomischen Schicht bleibt jedoch weiterhin bestehen. Auch sinkt die durchschnittliche Gesamtzeit, die ein Freiwilliger mit seiner Arbeit verbringt, weiter ab.[178] Darüber hinaus wird wie eingangs beschrieben in einem gewissen Verfall des Familiensinns ein wichtiger Grund für den Rückgang des Zusammenhalts gesehen. Aus dieser Sorge heraus und da die Menschen davon ausgehen, dass soziale Werte in der Gesellschaft bereits heute weniger wichtig sind, wünschen sie sich ein Mehr an Familiensinn für die Zukunft. Konkret danach gefragt, wie die Gesellschaft sein sollte und welche Werte dafür wichtig sind, zeigen sich vor allem Unterschiede nach den neuen und den alten Bundesländern, der Größe des Wohnorts und teilweise dem sozioökonomischen Status (z. B. mehr Solidarität/Zusammenhalt wünschen sich: Ost: 74 %, West: 65 %, in kleinen Wohnorten < 10.000 Einw.: 73 %, in großen Wohnorten > 100.000 Einw.: 65 %; mehr Bürgernähe der Politik wünschen sich: Ost: 71 %, West: 61 %, in kleinen Wohnorten < 10.000 Einw.: 71 %, in großen Wohnorten > 100.000 Einw.: 60 %, mit niedrigem Status: 64 %, mit hohem Status: 59 %).



[174] Vgl. Diekmann (2020).
[175] Vgl. Nieheus (2019).
[176] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 76.
[177] Vgl. Allmendinger (2017), S. 205.
[178] Vgl. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2017), S. 165 ff.

Abbildung 9: Wünsche, wie die Zukunft sein sollte
Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=616

***Frage:** Wenn es nach Ihnen ginge: Wie sollte unsere Gesellschaft in Zukunft sein, was würden Sie sich wünschen? (Listenvorlage)*



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

Politik sollte bürgernäher sein und die finanzielle Situation der Menschen im Blick haben.

Fokusgruppe mit Jugendlichen

„Die Politiker wissen nicht, wie die Menschen leben. Geld sollte nicht nur in Themen wie Umwelt gesteckt werden, sondern auch in Bereiche, die die Menschen individuell akut betreffen, z. B. die Wohnungsproblematik."

Eng verknüpft mit dem Wunsch nach mehr sozialer Gerechtigkeit und Solidarität ist der Wunsch der Menschen nach einer bürgernäheren Politik, die bei ihrem Handeln eine Verbesserung der finanziellen Situation der Menschen und wichtige Zukunftsthemen im Blick hat (siehe Abbildung 9 und Abbildung 30). In diesem Wunsch vermischen sich gemeinschaftsbezogene und politikorientierte Werte (siehe Kapitel 9.3.3 und Kapitel 9.3.5). Die Vermächtnisstudie von Allmendinger stellt zudem fest, dass den Befragten vor allem wichtig

ist, dass sich zukünftige Generationen über die aktuellen politischen und sozialen Entwicklungen informieren.[179] Der sozioökonomische Status beeinflusst dabei das Antwortverhalten der Befragten: Laut Paritätischem Gesamtverband wünschen sich zukünftig vor allem Bildungsarme und Menschen mit einem niedrigeren Einkommen mehr Unterstützung vom Staat.[180] Wirtschaftlich Bessergestellte finden, dass sich die Politik mehr um Zukunftsthemen kümmern sollte. Eine bürgernähere Politik erachten vor allem Menschen aus den neuen Bundesländern, Ältere, Menschen mit einem höheren Einkommen, politisch Interessierte und Menschen in kleineren Wohnorten als wünschenswert.[181]

Eine positive zukünftige Entwicklung der Gesellschaft hängt aus heutiger Sicht von mehreren Entwicklungen ab: allen voran von der Steigerung der Attraktivität ländlicher Regionen, aber auch von einem achtsameren Lebensstil sowie einem steigenden Maß an Eigenverantwortung und stabilisierenden Werten wie Recht und Ordnung.

Eine positive Entwicklung der Gesellschaft hängt in den Augen der großen Mehrheit aber auch von weiteren Dingen, die sich ändern müssten, ab (siehe Abbildung 9, Abbildung 30 und Abbildung 31). An zweiter Stelle – nach der Behebung sozialer Ungleichheit – steht die Steigerung der Attraktivität der ländlichen Regionen (63 %). Das Ergebnis überrascht insofern, als es von den Befragten nicht als etwas wahrgenommen wurde, was die Menschen trennt (siehe Abbildung 28), und als das aktuelle Antwortverhalten der Bewohnerinnen und Bewohner von Stadt und Land kaum Unterschiede zeigt. Dennoch sind sich die Befragten relativ einig,[182] dass in einem von ihnen zukünftig erwarteten Auseinanderentwickeln von Stadt und Land ein Handlungsfeld liegt.[183]

Das bereits heute als wichtig erachtete Umweltbewusstsein bzw. ein nachhaltiges Denken ist aus Sicht der meisten Menschen ein ausgesprochen wichtiger Wert für eine positive zukünftige Entwicklung der Gesellschaft (82 %). Dieser Wunsch greift die identifizierte Lücke zwischen der individuell bereits hohen Erwünschtheit eines umweltbewussten Lebens und einer gleichzeitig wahrgenommenen geringeren Relevanz in der Gesellschaft auf (siehe Abbildung 7). Unterstrichen wird hierbei die hohe Bedeutung bewusstseinsorientierter Werte (siehe Kapitel 9.3.2) für die Zukunft. Sind es derzeit überwiegend Frauen, besser Gebildete und jene mit einem höheren sozioökonomischen Status, die diese Werte als wichtig erachten, nivellieren sich diese Unterschiede größtenteils bei der Frage, welche Werte unsere zukünftige Gesellschaft prägen sollen. Überdurchschnittliche Zustimmung finden diese Werte als Zukunftswunsch aus heutiger Sicht nur bei den besser Gebildeten (89 %). Fragt man was sich in unserem Land ändern müsste, um eine positive Gesellschaftsentwicklung für die Zukunft zu erreichen, so sind es wieder eher Frauen und besser gebildete Menschen, die einem *„klimafreundlicheren Verhalten im Alltag“* zustimmen.[184] Das von Bildungseliten und Medien forcierte Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein, insbesondere mit Blick auf eine lebenswerte Zukunft, scheint heute in alle Gesellschaftsschichten mehr oder weniger gleichermaßen vorgedrungen zu sein, selbst wenn sich die persönliche Nähe zu diesem Wert in den unterschiedlichen sozialen Schichten und Gruppen spürbar unterscheidet. Dies verdeutlicht nochmals die Diskrepanz zwischen dem Wünschenswerten und dem aktuellen Handeln, die auch in der Forschung zum Verbraucherverhalten beobachtet bzw. in der Soziologie als „normative Paradoxie“ beschrieben wird.[185]

[179] Vgl. Allmendinger (2017), S. 139.

[180] Vgl. Pieper et al. (2019), S. 15.

[181] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[182] Zwar sind z. B. Unterschiede nach Wohnortgröße zu erkennen, mit einer stärkeren Zustimmung, je kleiner der Wohnort. Prinzipiell sind diese jedoch relativ gering: unter 10.000 Einwohner: 66,3 %; 10.000 bis 100.000 Einwohner: 66,9 % und über 100.000 Einwohner: 56,1 %.

[183] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[184] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a). Siehe auch Allmendinger (2017), S. 161.

[185] Siehe auch Honneth, Sutterlüty (2011).

Expertinnen- und Experteninterview 14

„Ärmere Bevölkerungsschichten sind bei der jetzigen Diskussion um die Kosten von Umweltbelastungen prozentual höher belastet und lehnen daher Umweltschutz oft ab. Gleichzeitig sind sie eher direkt von Lärm und Verschmutzung betroffen. Die Frage müsste daher lauten, wie ärmere Gruppen stärker als bisher profiliert werden könnten. Soziale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit müssen besser und ausgewogener miteinander in Einklang gebracht werden.“

Im unmittelbaren Zusammenhang damit steht die aus heutiger Sicht für die Zukunft anhaltende hohe Relevanz der Eigenverantwortung. Immerhin gut die Hälfte denkt, dass mehr Verantwortungsübernahme und weniger Erwartungen an den Staat wichtig wären für eine positive Entwicklung der Gesellschaft. Gut drei Viertel schätzen Eigenverantwortung als einen wichtigen Wert für sich ein (siehe Abbildung 31 und Abbildung 30).[186] Ganz eindeutig unterscheiden sich hier die Beurteilungen nach dem sozioökonomischen Status: Je höher dieser ist, desto häufiger wird dieser Wert als wichtig für eine gelungene Zukunft eingeschätzt.[187]

In der Tendenz bereits heute erkennbar, denkt ein Großteil der Menschen, dass eine positive Gesellschaftsentwicklung auch von stabilisierenden Werten wie Disziplin und Ordnung abhängt (siehe Kapitel 9.3.8). Gleichzeitig wünschen sich die Befragten aber keine stärkere Lenkung durch den Staat (siehe Abbildung 31 und Abbildung 30). In der Studie Values & Visions 2030 wird dieser Aspekt „Sicherheit statt Freiheit“ als der mit der niedrigsten Erwünschtheit in der Zukunft gewertet.[188] Die Autoren kommen zu dem Schluss, dass die Menschen also auch in der Zukunft nicht bereit zu sein scheinen, ihre Freiheit für ein Mehr an Sicherheit aufzugeben, bzw. sie sehen nicht, wie dies zur Entwicklung einer besseren Gesellschaft beitragen würde.

Expertinnen- und Experteninterview 11

„Geld wird zukünftig ersetzt durch Nachhaltigkeit, Freiheit oder Wellness. Die Bedeutung von traditioneller Erwerbsarbeit und deren Statussymbolen nimmt ab. Da eh alles verfügbar ist, wird es andere Formen der Entlohnung brauchen. Man braucht kein Auto mehr, solange die Mobilität gewährleistet ist.“

Auch mit Blick auf die leistungsbezogenen, materiellen Werte (siehe Kapitel 9.3.6) prägen heutige Trends die Zukunftswünsche. Das Bedürfnis nach einer stabilen und sinnerfüllenden Erwerbsarbeit wird auch in Zukunft als wichtig angesehen. Die Bedeutung sollte sogar noch zunehmen, insbesondere wenn es nach der heutigen Jugend geht.[189] In Allmendingers Vermächtnisstudie zeichnet sich deutlich die Angst der Menschen vor einer ungewissen Zukunft ab, in der der generelle Wettbewerb um einen guten Job ggf. weiter ansteigt.[190] Dabei wünschen sich die Befragten jedoch nicht, dass der Leistungsdruck zunimmt. Entsprechend sind für eine positive Entwicklung der Gesellschaft in den Augen von mehr als zwei Dritteln der Befragten Chancen- und Leistungsgerechtigkeit wichtig. Leistung soll also weiterhin eine wichtige Rolle einnehmen, aber vor allem unter dem Aspekt, dass jeder Mensch im Leben eine gerechte Chance hat und seine Leistung anerkannt wird (75 %; siehe Abbildung 31).[191] Die Befragten erhoffen sich jedoch, dass vor allem die Bedeutung des immateriellen Erfolgs in den Vordergrund tritt.[192] Immerhin die Hälfte der Befragten wünscht sich für die Zukunft, dass Geld weniger wichtig wird und dass die Menschen weniger materialistisch sind. Mehr Wohlstand soll keine große Rolle spielen (siehe Abbildung 9). Die beiden letztgenannten Punkte wünschen sich vor allem Menschen aus den neuen Bundesländern und jene mit einem niedrigeren Einkommen.[193]

---

[186] Siehe auch Fernow et al. (2017), S. 49 f.
[187] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).
[188] Siehe auch Fernow et al. (2017), S. 43 f.
[189] Vgl. Allmendinger (2017), S. 150.
[190] Vgl. Allmendinger (2017), S. 94 ff.
[191] Siehe auch Allmendinger (2017), S. 229 f.
[192] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 53 f.
[193] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).



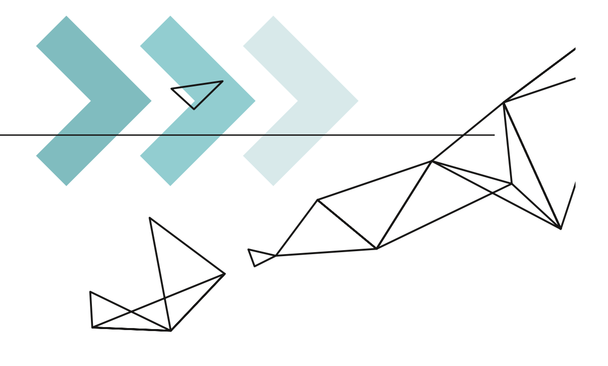
Gestaltungsbezogene Werte sollen wichtiger werden, selbstbestimmungs- und traditionsorientierte Werte sollen (weiterhin) eine eher geringe Bedeutung einnehmen.

Fokusgruppe mit Jugendlichen

„Technologie-Offenheit ist gut, man kann nicht mehr ohne Technik leben. Aber man braucht mehr Bildung zu Technik. Vieles im Internet ist nämlich Fake“.

Gestaltungsbezogene Werte sollten (siehe Kapitel 9.3.9) aus der heutigen Sicht der Menschen für die Zukunft wichtiger werden. Zumindest werden sie als wichtiger Baustein einer positiven Gesellschaftsentwicklung gesehen (Offenheit für Neues: 66 %; siehe Abbildung 31). Die gestaltungsorientierten Werte beschreiben in erster Linie Werte, in denen es um Offenheit für Neues geht (z. B. gegenüber Technologie) bzw. Kreativität und Aufgeschlossenheit sowie innovative Bereiche. Diese Werte sind insbesondere in Bezug auf Innovationen und Technologie von hoher Relevanz. Technik bestimmt mehr und mehr unser Leben. Die Studie von Allmendinger zeigt, dass sich die Menschen beispielsweise zwar sichtlich mehr technische Geräte im Haushalt wünschen. Gleichwohl kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass weiterhin eine grundlegende Skepsis gegenüber Technik besteht. Vor allem junge Menschen, die mit Technik und digitalen Medien vertraut sind, warnen vor den Folgen. Denn auch in der Zukunft soll ein Mehr an Haushaltstechnik kein unausweichliches Muss sein, sondern eine selbst gewählte Entscheidung.[194] Deutlich werden die Skepsis bzw. die Grenzen, die die Menschen der Technik setzen wollen, wenn man die Automatisierung von Arbeiten beleuchtet. Selbst eine Automatisierung von eintönigen und anstrengenden Arbeiten bleibt aus heutiger Sicht unerwünscht, die Gesellschaft soll hiervon nicht geprägt sein (siehe Abbildung 30). Diese Einschätzung reflektiert möglicherweise auch ökonomische Aspekte der Reduktion des gesamtgesellschaftlichen Arbeitsvolumens. Ein Zuviel an Vertrauen in Technik ist den Menschen sichtlich suspekt, insbesondere dann, wenn es den Menschen ihre Autonomie absprechen oder bestimmte Lebensbereiche bestimmen sollte, und wird für die Zukunft nicht gewünscht.[195] Ein differenzierter Blick auf den Wunsch einer zukünftigen Gesellschaft, die offen für Neues ist, zeigt deutliche soziodemografische Unterschiede. Jüngere Personen (unter 45-Jährige) sehen die Bedeutung davon weitaus eher. Besonders differenzierend wirkt die Schulbildung bzw. der höhere sozioökonomische Status: 77 % der Menschen mit höherer Schulbildung begreifen die Bereitschaft, sich auf Neues einzulassen, als einen zukunftsrelevanten Wert. Unter jenen mit einfacher Schulbildung sind es nur 57 %. Unterdurchschnittlich ist die Tendenz zur Offenheit für Neues zudem bei jenen, die in der eher traditionell geprägten Umgebung von Dörfern oder kleineren Orten leben.[196]

Eine freiere Gesellschaft wünschen sich mit nur einem Drittel Zustimmung überraschenderweise relativ wenige für die Zukunft (siehe Abbildung 9). Erklären könnte sich dies mit einem negativ wahrgenommenen Leistungsdruck sowie steigendem Wettbewerb bzw. dem Eindruck, einer zunehmenden Selbstinszenierung der Menschen über die digitalen Medien ausgesetzt zu sein und dieser standhalten zu müssen. Weder der Druck zur Selbstinszenierung noch eine steigende Macht von Einzelnen im Netz sind von den Menschen erwünscht.[197] Traditionelle Werte (siehe Kapitel 9.3.10) spielen aus Sicht der Menschen für eine positive Entwicklung in der Zukunft keine große Rolle. Tendenziell sind es eher Bildungsarme und Menschen mit Migrationshintergrund, die sich traditionelle Werte in der Zukunft wünschen und gleichzeitig mit Optimismus in die Zukunft schauen.[198]



194 Vgl. Allmendinger (2017), S. 112 f. und 153.
195 Siehe auch Fernow et al. (2017), S. 60 f.
196 Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).
197 Vgl. Fernow et al. (2017), S. 53 f.
198 Vgl. Allmendinger (2017), S. 161 und 196.



Die Bedeutung von Themen wie Globalisierung und Zuwanderung für eine gute zukünftige Entwicklung der Gesellschaft spaltet die Befragten – gerade jene mit einem niedrigeren sozialökonomischen Status äußern sich ängstlich und skeptisch.

Obwohl die Befragten im Großen und Ganzen nicht der Meinung sind, dass der Zusammenhalt in der Gesellschaft durch eine größere Vielfalt an unterschiedlichen Lebensstilen und Überzeugungen geschwächt wird,[199] sieht dennoch mehr als die Hälfte eine unterschiedliche Herkunft (Nationalität) als ein durchaus gesellschaftstrennendes Element an (siehe Abbildung 30 und Abbildung 28). Diese Diskrepanz drückt sich schließlich auch in einer geteilten Meinung zum Thema Zuwanderung aus: Immerhin die Hälfte der Menschen hat Angst vor Überfremdung und nur ein Drittel sieht in einem Mehr an Offenheit gegenüber Zuwanderinnen und Zuwanderern einen Gewinn für eine gelungenere Zukunft (siehe Abbildung 9 und Abbildung 30). Dabei raten Menschen in den neuen Bundesländern tendenziell seltener zu mehr Offenheit gegenüber Zuwanderinnen und Zuwanderern, ebenso wie Menschen mit einem niedrigeren Schulabschluss oder Einkommen bzw. Sozialstatus, Ältere und Menschen in kleineren Wohnorten.

Expertinnen- und Experteninterview 20

„Es sollten mehr Anstrengungen für gesellschaftlichen und politischen Dialog unternommen werden. Mit festgelegten Spielregeln, sprachlich angemessen und freiheitlich geprägt, sollte eine tatsächliche Kommunikation möglich gemacht werden. Unterschiedliche Gruppen müssen lernen, einander zuzuhören."

Das gleiche Sozialprofil zeigt sich bei jenen, die eine unterschiedliche Herkunft als etwas Trennendes wahrnehmen.[200] Auch hinsichtlich des internationalen Engagements Deutschlands hat immerhin knapp die Hälfte der Menschen den Wunsch, dass sich Deutschland zukünftig mehr auf die eigenen Probleme konzentrieren und weniger internationales Engagement zeigen sollte. Auch hier sind es eher Ältere und Menschen mit einem niedrigeren Bildungsabschluss bzw. Sozialstatus, die diese Meinung vertreten (siehe Abbildung 30).[201]

Trotz der eindeutig attestierten negativen Auswirkungen des Einflusses sozialer Medien sieht weniger als die Hälfte der Menschen einen Handlungsbedarf.

Die zunehmende Kommunikation über soziale Medien und ihr steigender Einfluss werden als einer der Hauptgründe für ein Auseinanderdriften der Gesellschaft[202] gesehen. Diese Entwicklungen sind in vielen Bereichen der Grund dafür, dass sich die Menschen wieder verstärkt auf das analoge Leben zurückbesinnen. Dennoch erachtet es weniger als die Hälfte der Menschen für eine zukünftige positive gesellschaftliche Entwicklung als wichtig, dass weniger über soziale Medien kommuniziert wird (siehe Abbildung 30). Insbesondere Jüngere und Menschen mit einem höheren sozioökonomischen Status sehen hier seltener Handlungsbedarf.[203] Dieser Befund überrascht nur auf den ersten Blick: Obwohl die Menschen sich der negativen Auswirkungen bewusst sind und sie sich durchaus mehr echte Nähe wünschen, wollen sie nicht mehr auf die Vorteile einer schnellen Kommunikation über digitale Geräte und soziale Medien verzichten, vor allem nicht die jungen Menschen. Allmendinger interpretiert dies als eine gewisse Resignation: Die sozialen Medien gehören

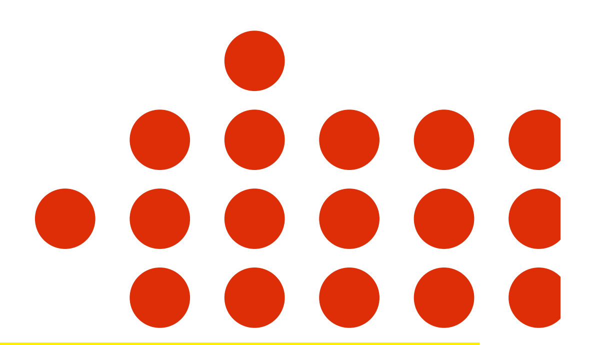
[199] Tatsächlich zeigen die Ergebnisse von Jutta Allmendinger (2017), dass die Herkunft nur in seltenen Fällen tatsächlich unterschiedliche Vorstellungen bedingt, vor allem dann nicht mehr, wenn es darum geht, was sich die bzw. der Einzelne für die Zukunft wünscht. Vgl. Allmendinger (2017), S. 195 ff.

[200] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[201] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[202] Im September 2019 äußerten 83 % der Befragten in einer repräsentativen Befragung von Infratest dimap dahingehend große oder sehr große Besorgnis, online unter: https://presse.wdr.de/plounge/tv/das_erste/2019/09/20190905_ard_deutschlandtrend_3.html, abgerufen am 19.05.2020.

[203] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).



inzwischen eben zum Alltag.[204] Alternativ könnten die sozialen Medien als Vehikel gesehen werden, um physische Nähe zu schaffen: Mehr Aufmerksamkeit wird ggf. auch über digitale Kanäle erzeugt.



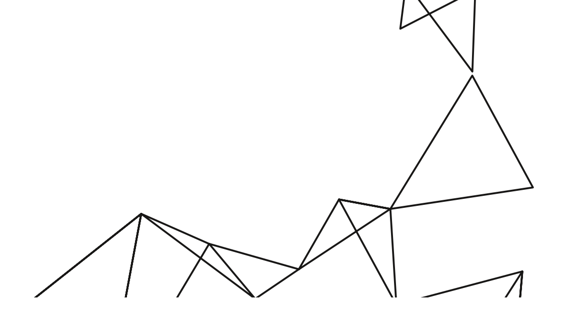
In den heutigen Erwartungen der Menschen bezüglich der tatsächlichen Entwicklung der Gesellschaft zeichnet sich eine pessimistische Grundhaltung durch die Verstärkung der aktuellen negativen Entwicklungen ab.

Expertinnen- und Experteninterview 22

„Die Verdichtung auf Einzelthemen und weniger auf Systemfragen führt letztlich zu einem Populismus auf allen Seiten. Sowohl bei Jung und Alt als auch bei rechten und progressiven Gruppen nimmt der Konformitätsdruck zu. Emanzipatorische und freiheitsliebende Gedanken haben immer weniger Platz in öffentlichen Debatten.“

Der zu Beginn des Kapitels gezeichnete Gesellschaftspessimismus manifestiert sich auch in den Zukunftserwartungen. Wie vorangestellt beschrieben ist das, was die Menschen sich für die Zukunft wünschen, nicht immer auch das, von dem sie erwarten, dass es eintritt. Für die Zukunft wünschen sich die Befragten zwar einen starken familiären und gesellschaftlichen Zu sammenhalt, gehen aber nicht davon aus, ihr Wunschbild in der Zukunft zu erreichen. In den Erwartungen der Menschen zementieren sich die heutigen Entwicklungen vielmehr: Die Kluft zwischen Arm und Reich wird nach den heutigen Erwartungen in Zukunft weiter zunehmen, ebenso wie der Egoismus der Menschen (siehe Abbildung 32). Solidarität wird demnach kaum an Bedeutung gewinnen.[205] Soziale Kontakte verschieben sich immer weiter in den digitalen Raum, Familie wird im Vergleich zu heute in der Gesellschaftsbedeutung nur wenig an Relevanz gewinnen. Der Familiensinn wird eher abnehmen, die Lebensmodelle werden vielfältiger sein (siehe Abbildung 32).[206] Immerhin gut die Hälfte geht davon aus, dass Geld und Materialismus auch in Zukunft wichtige Aspekte sein werden (siehe Abbildung 32). Besitz wird nach den gleichen Mustern wie heute weitergegeben werden, Erwerbsarbeit ist weiterhin sehr wichtig, wird aber, wie es sich heute bereits abzeichnet, stärker dazu beitragen, Sinn zu stiften.[207] Leistung und vor allem der Wettbewerbsdruck, der dahintersteht, sowie auch die individuelle Selbstdarstellung wird in der Gesellschaft von morgen noch mehr in den Mittelpunkt rücken.[208] Technologien werden mehr und mehr unseren Alltag bestimmen und immer mehr Lebensbereiche immer tiefer durchdringen. Die Menschen werden aber durchaus offener gegenüber Technik werden, vor allem aus Sicht der Jungen. Diese Erwartungen stehen somit dem weiter oben beschriebenen Wunsch entgegen, dass Technik nicht zu stark in den Alltag und die Privatsphäre eingreifen soll. Dennoch macht sich auch eine gewisse Überforderung breit, denn Technik wird sich schneller ausbreiten als gewünscht.[209] Vor allem wird die Gesellschaft zunehmend in politischen Fragen gespalten sein, u. a. weil der Politik die so dringend benötigte und gewünschte Bürgernähe in den heutigen Erwartungen der Menschen kaum gelingen wird. In einer Studie der Otto Brenner Stiftung sagen ein Drittel junger westdeutscher und 43 % junger ostdeutscher Wahlberechtigter im Alter von 18 bis 29 Jahren, dass es aus ihrer Sicht „keinen Unterschied macht, welche Partei man wählt“, worin sich ein geringes Zutrauen in die Gestaltungsoptionen der Politik ausdrückt.[210]

[204] Siehe auch Allmendinger (2017), S. 153 ff.
[205] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 46 f.
[206] Siehe auch Fernow et al. (2017), S. 37 f. und 40 f. und Allmendinger (2017), S. 130 ff.
[207] Vgl. Allmendinger (2017), S. 100 ff. und 109.
[208] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 53 f.
[209] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 60 f. und Allmendinger (2017), S. 119 f. und S. 227.
[210] Vgl. Faust/Storks (2018), S. 34.



Darüber hinaus sind die Menschen sich unsicher, welchen Stellenwert politische Informiertheit zukünftig noch haben wird.[211] Immerhin ein knappes Viertel geht von einer Ausweitung des Trends hin zu einer noch freieren und selbstbestimmteren Gesellschaft aus (siehe Abbildung 32). Hinsichtlich eines umweltbewussteren Verhaltens besteht Hoffnung und die meisten erwarten eine Verbesserung (siehe Abbildung 33). Damit im Einklang gehen die Befragten heute davon aus, dass in einer zukünftigen Gesellschaft die bzw. der Einzelne mehr Verantwortung für sich selbst übernehmen wird. Die konkreten Vorstellungen, wie die Zukunft sein wird, unterscheiden sich nur wenig nach bestimmten Merkmalen, erneut sticht jedoch grundsätzlich der sozioökonomische Status heraus.[212]



Exkurs: die wichtigsten Ergebnisse aus der Fokusgruppe mit Berufsschülerinnen und Berufsschülern[213]

Die Jugendlichen der Fokusgruppe bilden nur einen Ausschnitt unserer Gesellschaft ab. Gleichwohl zeigte sich in der gemeinsamen Diskussion, dass sich die Befunde aus den Sekundäranalysen und der eigenen Empirie weitgehend bestätigen. Hervorzuheben ist eine reflektierte Einschätzung zur Bedeutung von sozialen Medien, die deutlich macht: Trotz intensiver Veränderung unseres Informations- und Kommunikationsverhaltens existieren große Vorbehalte gegenüber ungewollter Einflussnahme. Während das Verhalten z. B. in Bezug auf die Attraktivität von Statussymbolen oder die Bildung von Communitys unmittelbar beeinflusst wird, werden als werteprägende Instanzen vor allem Eltern und Familie, einzelne persönliche Vorbilder und singuläre Ereignisse genannt. Den sozialen Medien und dem Internet wird eine „Oberflächlichkeit" zugeschrieben, wobei die Informationen hinsichtlich der Überprüfbarkeit kritisch hinterfragt werden: Vieles ist nach Einschätzung der Jugendlichen als „Fake" zu qualifizieren.

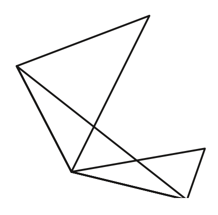
Sie sind sich einig, dass Freundschaft und Familie die wichtigsten Werte bilden und damit für ihr eigenes Leben handlungsleitend sind. Der aktuelle Hintergrund – die Jugendlichen befinden sich in der beruflichen Ausbildung – lässt auch den beruflichen Erfolg und die Möglichkeit, sich im Arbeitsleben persönlich weiterzuentwickeln, als erstrebenswert erscheinen. Dieser berufliche Erfolg soll jedoch Zeit lassen für Familie, Freundinnen und Freunde und ein weitergehendes Engagement: „Ich hoffe, mein ganzes Leben die Kraft zu haben, andere zu unterstützen – neben Arbeit und Familie."

Die Jugendlichen sehen allerdings eine Tendenz, dass Materialismus, Egoismus und eine unpersönliche Kommunikation über soziale Medien in der Gesellschaft eine nicht erwünschte große Rolle einnehmen. Hierbei sehen sie den Widerspruch, dass sie sich alle mehr persönliche Treffen wünschen, jedoch den Eindruck haben, dass viele Menschen in ihrem Umfeld eher Nachrichten über WhatsApp schreiben als zum Telefon zu greifen oder sich bei einem persönlichen Treffen auszutauschen. Das heißt, die sozialen Medien haben eine prägende Kraft auf das Alltagsverhalten, der Menschen sich auch mit kritischer Distanz nicht entziehen können. Die ständige Verfügbarkeit digitaler Kommunikationstechnologien schwächt persönliche Kontakte und soziale Beziehungen. Sie führt zu einer Oberflächlichkeit in den Kontakten, die von den Jugendlichen aktuell nicht gewünscht und für die Zukunft abgelehnt wird. Konträr zu dieser Entwicklung betonen die Jugendlichen, wie wichtig ihnen Freundschaften, Zeit für die Familie und das Überwinden gesellschaftlicher Spaltung sind.

[211] Vgl. Allmendinger (2017), S. 141 f.

[212] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).

[213] Bei der Bewertung der Fokusgruppenergebnisse ist zu berücksichtigen, dass diese Gruppe keinen repräsentativen gesellschaftlichen Querschnitt abbildet.

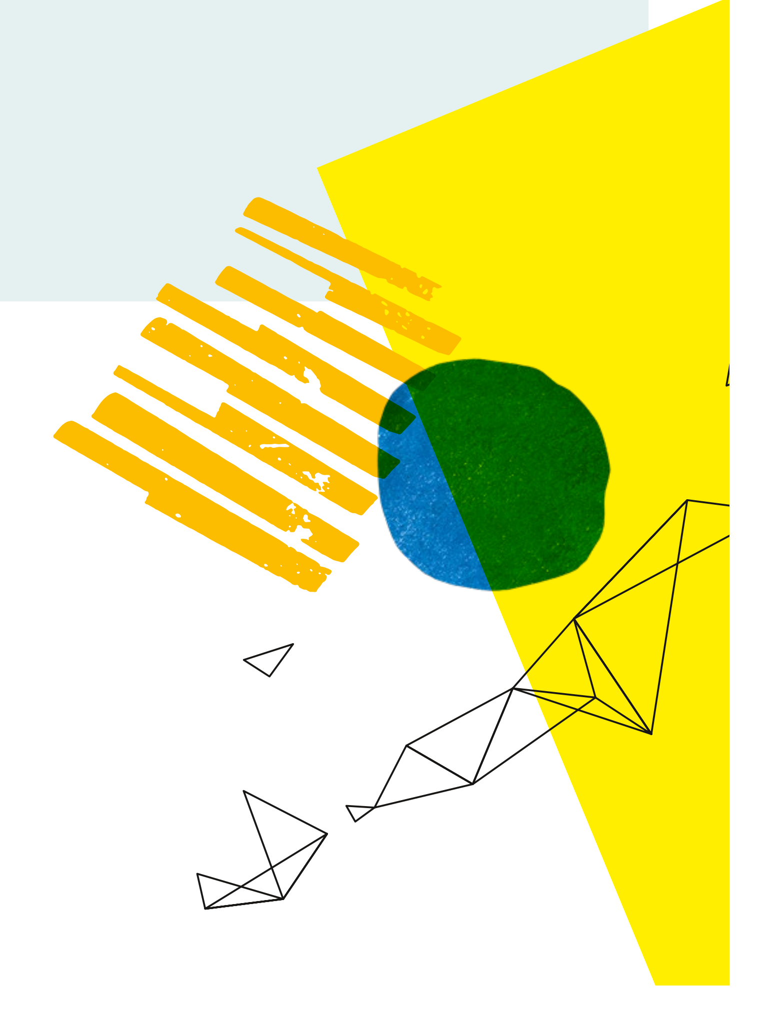


Eine Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen erlangt man in ihren Augen vor allem dann, wenn man Statussymbole wie z. B. Kleidung einer bestimmten Marke, aber auch Reiseerfahrungen etc. vorweisen kann. Dahinter scheint häufig der Wunsch zu stehen „dazuzugehören“. Besonders deutlich wird dies in der Nutzung digitaler Medien und der Ausstattung mit Statussymbolen: Obwohl die Darstellungen im Internet als „Inszenierungen“ wahrgenommen werden, fällt es den Jugendlichen schwer, sich von diesen in ihrem eigenen Handeln abzugrenzen. Die kritische Distanz zu den nicht erwünschten Entwicklungen und die prägende Kraft des sozialen Umfelds geraten damit immer wieder in Widerspruch zueinander.

Ebenso kritisch bewerten sie die Rolle von Politik und Politikerinnen und Politikern. Den Jugendlichen fehlt es schlicht an (politischen) Vorbildfiguren, um ihr Handeln stärker an ihren eigentlichen Werten auszurichten. Auch hier erleben sie die Widersprüchlichkeit zwischen politischen Forderungen – umweltbewusstes Handeln – und den Inszenierungen in den Medien – Ankünfte mit dem Flugzeug in den Metropolen der Welt. Sie fühlen sich von der Politik „unverstanden“ und fordern „Generationengerechtigkeit“ ein. Da die Perspektive der Jugendlichen, aber auch anderer Bevölkerungsgruppen wie z. B. an der Armutsgrenze Lebender im politischen Diskurs aus ihrer Sicht viel zu kurz kommt, erscheint auch ein politisches Engagement nur wenig attraktiv. Das genannte Beispiel zeigt zudem: In der Fokusgruppe wird Solidarität als ein hohes Gut geschätzt, was sich auch in den persönlichen Erwartungen an die Zukunft ausdrückt.

Familie, Partnerschaft und Zeit für Kinder bilden den Kern der individuellen Zukunftserwartungen. Daneben stehen gesellschaftliche Herausforderungen der Gleichberechtigung, der Schaffung neuer Rollenbilder, der Gleichbehandlung und der Inklusion. Voraussetzung hierfür sind sowohl geringere Kosten des Alltags (Lebenshaltung insgesamt, Mieten, Immobilien), die wiederum helfen würden, Ungleichheit und gesellschaftliche Spaltungen zu überwinden. Zu einer stärker gelebten sozialen Gerechtigkeit gehört auch eine Aufwertung sozialer Berufe – sowohl in der Anerkennung als auch in der Bezahlung.

Insgesamt hat die Fokusgruppe eine Vielzahl von Aspekten thematisiert, die auch Gegenstand der Werteforschung sind. Ihre individuelle Sicht vermittelt dabei einen ergänzenden Interpretationsrahmen für die Befunde der Wertestudie. Für ihre eigenen Kinder wünschen sich die Jugendlichen vor allem: Bildung und Bildungseinrichtungen sollten stärker auf die individuellen Bedürfnisse der Kinder eingehen, dabei einen breit angelegten Bildungskanon berücksichtigen und dies mit einer hohen Praxisorientierung verknüpfen.



4.3 Zusammenfassung: heutige Lebensziele und die Hoffnungen und Befürchtungen für die Welt von morgen

Für die große Mehrheit sind **heute auf individueller Ebene** insbesondere soziale Werte erstrebenswert, aber auch die selbstbestimmungsbezogenen Werte stehen weit oben in der Erwünschtheitsskala (für eine genauere Beschreibung der einzelnen Wertegruppen siehe Kapitel 9.3). Bewusstseins- und gemeinschaftsbezogene Werte haben (stark) an Bedeutung gewonnen. Dennoch werden sie von den Menschen abhängig vom sozioökonomischen Hintergrund unterschiedlich beurteilt. Insbesondere Erstere sind zudem von einer Diskrepanz zwischen Handeln und Erwünschtheit geprägt. Erwerbsarbeit und Leistung bleiben wichtig, durchlaufen aber eine umfassende Neuaufladung. Die unterschiedlichen Akzente, die die Menschen setzen, zeigen eine differenzierte Beurteilung von Arbeit: einerseits die Betonung des sinnstiftenden Aspekts, (beruflicher) Erfolg und Leistung als sinnvoller Weg zu sozialer Anerkennung, andererseits die Furcht vor den Folgen der Verdichtung von Arbeit, die sich im Wunsch nach einem Weniger an Leistungsdruck artikuliert. *„Ein gutes Leben haben“* ist den meisten Menschen ein grundsätzlich wichtiger Wert, es wird darunter jedoch weniger ein reiner Hedonismus verstanden. In der Tendenz vermengen sich hedonistische Merkmale zunehmend mit anderen Werten, z. B. in der Suche nach „sinnhafter“ Arbeit. Politikorientierte Werte sind im Aufwind. Insbesondere wird ein Mehr an Eigenverantwortung, u. a. auch in vormals politisch regulierten Bereichen, von einem breiten Spektrum der Gesellschaft als äußerst erstrebenswert angesehen. Das (aktive) politische Engagement wird zwar ebenfalls bedeutsamer und ist unter Jugendlichen teilweise sogar „in“, befindet sich aber nach wie vor auf einem niedrigen Niveau. Die normorientierten Werte erweisen sich in ihrer Gewichtung als stark abhängig von Einzelereignissen und sind zugleich kontextabhängig. Sie schwanken entsprechend, sind aber derzeit im Aufwind begriffen. Die Menschen sind offen für Neues im technologischen Bereich, solange sie das Gefühl haben, selbst entscheiden zu können, wann Technik genutzt wird, und wenn sich ihnen der Sinn der Technologie erschließt. Andernfalls überwiegt oft die Technikskepsis. Traditionsorientierte Werte bilden nach wie vor das Schlusslicht in der Werteskala.

In den heutigen persönlichen Lebenszielen kristallisiert sich also ein **Trend hin zu einer individualisierten, gemeinschaftsbezogenen Wertewelt** mit einem hohen Anteil idealistischer Wertorientierungen heraus. Zwar gewinnt hierbei Gemeinschaft an Bedeutung, aber nicht zulasten des Individuellen. Selbstbestimmung und -verwirklichung bleiben wichtig. Individualität und gemeinschaftsbezogenes Handeln werden somit nicht per se als Gegensätze verstanden. Individualismus kann u. a. als ein Beitrag zur Pluralität gewertet werden und auch das Individuelle kann in sozialen Formen in die Gemeinschaft eingebracht werden. Das **übergeordnete Ziel** lautet: Zuwendung zur eigenen unmittelbaren sozialen Umgebung und damit verbunden ein bewussteres und achtsameres Leben. Wo es nötig ist, werden Werte derzeit – zumindest von einem Teil der Gesellschaft – inhaltlich neu bestimmt und wird sich an diesen Neudefinitionen ausgerichtet, um einen Einklang zwischen dem Individuellen und der Gemeinschaft zu ermöglichen.

Der skizzierte Wertekanon wird dabei nicht von allen Menschen gleichermaßen geteilt. Alle Wertegruppen zeigen im Großen und Ganzen **vielfältige Meinungsbilder nach unterschiedlichen sozioökonomischen Faktoren.** Nur bei den sozialen, den selbstbestimmungs- und den normorientierten Werten sind die Unterschiede sehr gering. Ein Unterscheidungsmerkmal sticht dabei als immer wiederkehrend und für unterschiedliche Einschätzungen kennzeichnend heraus: der sozioökonomische Hintergrund bzw. die beiden Elemente, welche neben dem beruflichen Hintergrund der Befragten und dem Interviewer-Eindruck zur sozialen Schicht den sozioökonomischen Hintergrund abbilden – das Bildungsniveau und/oder das Einkommen.[214]

[214] Diese Faktoren hängen hinsichtlich des Antwortverhaltens stark zusammen bzw. der sozioökonomische Faktor bildet sich u. a. aus Einkommen und Bildung.

Beide Faktoren sind eng miteinander verzahnt und führen im Antwortverhalten häufig zu deutlichen Differenzierungen gegenüber dem Durchschnitt der Befragten.

Auch das Alter spielt häufig eine Rolle für entsprechende Unterschiede in den Antworten. Weitere Faktoren, wie das Geschlecht und die Herkunft (Ost/West und teilweise mit/ohne Migrationshintergrund) oder die Wohnortgröße (Stadt/Land), führen vereinzelt zu Abweichungen im Antwortverhalten vom Durchschnitt der Befragten, ziehen sich aber nicht gleichermaßen dominant durch alle Wertegruppen. Auffällig ist zudem der Befund, dass politisch Interessierte oder jene, die Vertrauen in die Wissenschaft haben bzw. die gesellschaftlichen Entwicklungen eher positiv sehen, einzelne Werte(gruppen), z.B. für die Erwünschtheit der bewusstseins- und gemeinschaftsbezogenen sowie erwartungsgemäß der politischen Werte, häufiger als wichtig erachten. Das heißt nicht, dass Menschen mit einem hohen Status im Vergleich zu jenen mit einem niedrigen Status oder unterschiedlichen Alters gänzlich andere Werte haben. Aber es zeigt sich, dass entsprechend dem Sozialstatus oder der Altersgruppe die Zustimmungswerte zu den Lebenszielen unterschiedlich ausfallen.

Wie sieht es allerdings mit den **Werten „der Vielen", also der Gesellschaft als Ganzes** aus? Der Vergleich der Selbsteinschätzung mit der Beurteilung gesellschaftlicher Entwicklungen zeigt große Diskrepanzen auf (siehe Abbildung 7): In wenigen Bereichen hat die bzw. der Einzelne Vertrauen in die Gesellschaft und glaubt, dass eine Mehrheit die individuellen Ziele teilt. In vielen Bereichen misstraut die bzw. der Einzelne der Gesellschaft. Allmendinger spricht hier von der „antizipierten Erosion", in der die Menschen befürchten, dass die Werte verfallen, die ihnen persönlich wichtig sind.[215] Zwar muss man beim Vergleich persönlicher Werte mit den Werten, die man bei vielen anderen bzw. in der Gesellschaft wahrnimmt, Schwierigkeiten in der Wahrnehmung und Bewertung kollektiven Handelns berücksichtigen. Dennoch zeigt sich ein klar erkennbares Muster: Hauptsächlich gesellschafts- und gemeinschaftsdienliche Werte werden tendenziell eher unterbewertet, d.h. sind auf individueller Ebene wichtig, die bzw. der Einzelne glaubt aber, dass sie der Gesellschaft als Ganzem nicht so wichtig sind. Selbstbezogene Werte wie Egoismus werden bei anderen eher überschätzt. Aus Sicht der bzw. des Einzelnen sind der Gesellschaft allen voran leistungsbezogene, materielle Werte wichtig, gefolgt von hedonistischen Werten. Es schließen dann aber bereits die sozialen und selbstbestimmungsorientierten Werte an, die auf persönlicher Ebene besonders wichtig sind. Andere, auf persönlicher Ebene erstrebenswerte Gruppen, wie die bewusstseins- und gemeinschaftsbezogenen Werte oder auch die Eigenverantwortung, sieht die bzw. der Einzelne auf der gesellschaftlichen Ebene jedoch weit abgeschlagen. Die gestaltungsbezogenen und normorientierten Werte bewegen sich wie auf der persönlichen Ebene im Mittelfeld, werden aber dennoch auf der gesellschaftlichen Ebene als von geringerer Bedeutung eingeschätzt. Die traditionsorientierten Werte und politisches Engagement bilden wie auf individueller Ebene die Schlusslichter. Ein bestimmtes Sozialprofil spielt für die Einschätzungen der in der Gesellschaft verbreiteten Werte eine wesentlich geringere Rolle. Liegen dennoch unterschiedliche Einschätzungen vor, so sind sie erneut durch das Bildungsniveau bzw. den sozioökonomischen Status geprägt.

Die Menschen sehen heute in der Gesellschaft also andere Werte im Vordergrund des Handelns als im Privaten. Die Frage ist daher: Wollen und können die Menschen mit dieser von ihnen selbst wahrgenommenen Diskrepanz leben, oder **wünschen und erhoffen** sie sich, **dass sich für die Zukunft etwas ändert?** Die Antwort lautet eindeutig ja, sie wollen, dass sich etwas verändert. Aktuelle (positive) Entwicklungen und das, was ihnen heute persönlich wichtig ist, wollen sie mit in die Zukunft nehmen. In Bereichen, bei denen sie insbesondere auf der gesellschaftlichen Ebene aktuell Defizite sehen – d.h. was aus ihrer Sicht für den Verfall des Zusammenhalts verantwortlich ist – oder ihre eigene Existenz zumindest in Teilen bedroht glauben, wünschen sie sich Veränderung für die Zukunft. Das heißt, das von Allmendinger identifizierte Muster der Kapitulation/Resignation, das sich auch in der Vermächtnisstudie „weniger häufig" antreffen lässt, nimmt auch hier eine untergeordnete Rolle ein.[216]

[215] Siehe auch Allmendinger (2019), S. 68.

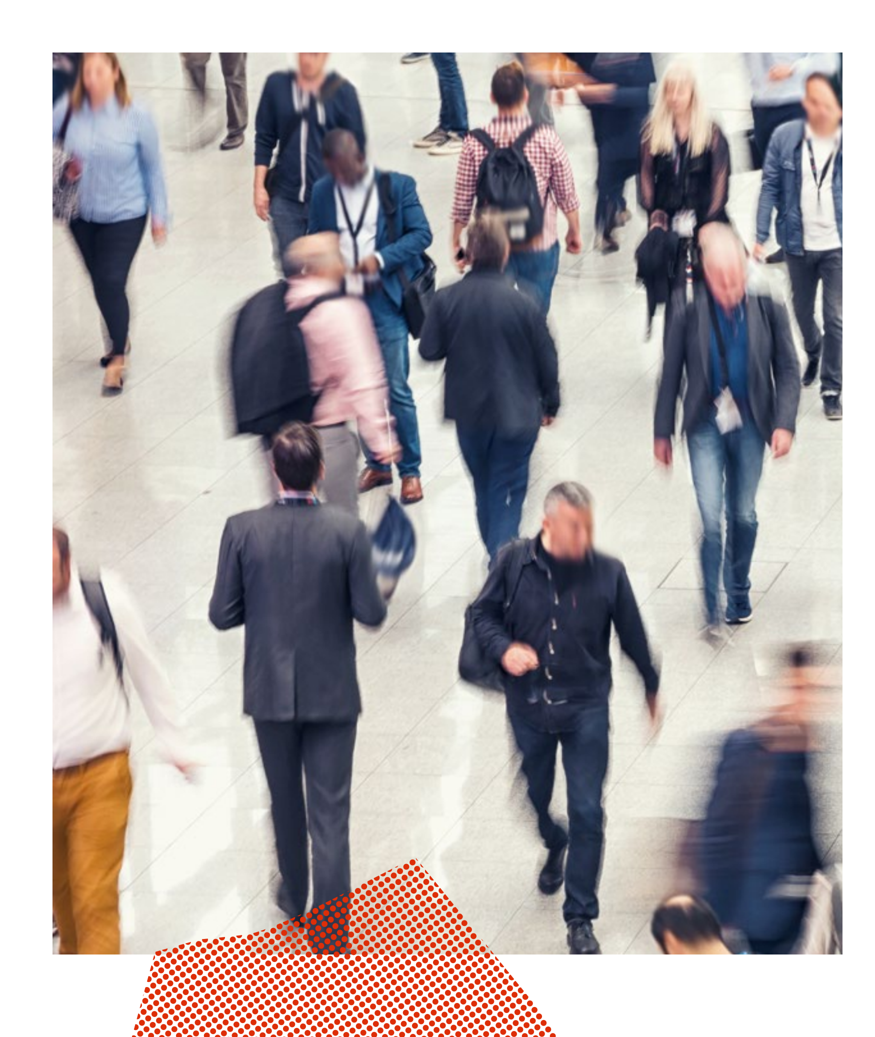
[216] Vgl. Allmendinger (2019), S. 70 f.



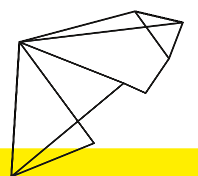
Die Menschen wünschen sich eine gerechtere, solidarischere und (weiterhin) soziale Welt, in der die Politik mit Bürgernähe überzeugt. Sie streben somit eher nach einer „inklusiven Modernisierung".[217] Wichtig für eine positive Entwicklung der Gesellschaft sind in den Augen der großen Mehrheit der Befragten die Steigerung der Attraktivität des Lebens im ländlichen Raum, ein bewusster und achtsamer Lebensstil im Alltag und damit verbunden das Einstehen für das eigene Handeln und dessen Folgen. Insbesondere der Ausgleich der Entwicklung von Stadt und Land überrascht angesichts einer aktuell nicht sehr ausgeprägten Debatte über etwaige Disparitäten. Hier weist der befragte Bevölkerungsquerschnitt auf ein möglicherweise untergewichtetes Thema hin, das angesichts steigender Mieten und Immobilienpreise in den Ballungsräumen, neuer Möglichkeiten der mobilen Arbeit und des Wunsches nach sozialer Nähe eine steigende Bedeutung erfahren wird. Zu beobachten ist aber auch ein Anstieg von Werten, die wieder mehr Stabilität in die Gesellschaft bringen, wie Disziplin und Ordnung. Den gestaltungsbezogenen Werten geben die Menschen eine Chance. Sie sollen wichtiger werden, aber nicht so wichtig, dass sie das eigene Leben völlig fremdbestimmen.

Einer (noch) freieren Gesellschaft und weniger gesellschaftlichen Zwängen räumen nur wenige einen hohen Stellenwert in der Zukunft ein. Hier tritt in der Wahrnehmung der Befragten möglicherweise ein zu hohes Maß an Selbstverantwortung in der Gesellschaft in Konkurrenz zu den solidarischen Werten. Das heißt, eine freiere Gesellschaft könnte sich eher negativ auswirken und ggf. den in der Gesellschaft derzeit als stark vorherrschend wahrgenommenen Egoismus weiter befördern. Auch Themen wie Globalisierung und Zuwanderung machen einem Teil der Bevölkerung Sorgen. Nur wenige sehen Vorteile in einer Gesellschaft, die Zuwanderinnen und Zuwanderern gegenüber offen ist und die sich in internationale Problemlagen einmischt. Der Mehrheit wäre es lieber, es würden zunächst die Probleme in Deutschland gelöst. Erneut kristallisiert sich heraus, dass das Bildungsniveau bzw. das Einkommen und der sozioökonomische Status die Beurteilungen entscheidend prägen und das Wunschbild von der Zukunft oftmals damit variiert. Deutlich wird zudem, dass der Faktor Wohnort (Stadt/Land) für die Wünsche, wie die Zukunft sein sollte, wesentlich öfter einen Unterschied macht als im Heute, d. h., das Antwortverhalten differenziert sich öfter anhand der Wohnortgröße.

Die **erwartete Zukunft stellen sich die Befragten aus heutiger Perspektive vergleichsweise pessimistisch** vor. Sie befürchten, dass solidarische und soziale Werte nicht wichtiger werden, sondern an Bedeutung verlieren. Die Welt, in der wir leben werden, so glauben sie, wird stark materialistisch und von Egoismus geprägt sein. Der Politik wird es nicht gelingen, auf die Menschen zuzugehen, und die Technik wird immer mehr unser Leben bestimmen. Allein mit Blick auf ein umweltbewusstes Verhalten und ein größeres Verantwortungsbewusstsein besteht Hoffnung – dies wird sich, so glauben die Befragten heute, in Zukunft etabliert haben.



[217] Vgl. Allmendinger (2019), S. 71.



Zusammenfassend lässt sich also feststellen: Das Selbstverständnis, das die Menschen von sich haben, glauben sie nicht in der Gesellschaft wiederzufinden. Sie erhoffen sich für morgen eine Welt, die aus ihrer subjektiven Sicht in vielen Teilen doch sehr anders sein soll als die heutige Realität und sich ihren persönlichen Lebenszielen von heute sichtlich annähert. Aber letztlich befürchten sie, dass sich die aus ihrer Sicht heute abzeichnenden Veränderungen, die sie vor allem als negativ wahrnehmen, in der Zukunft fortsetzen werden. Diese Ergebnisse finden sich auch in verschiedenen Teilen der Vermächtnisstudie und der Studie Values & Visions 2030 wieder. So schätzen die Befragten der Studie Values & Visions 2030 die Relevanz der Werte Solidarität und Großzügigkeit heute und morgen relativ gering ein, messen ihnen aber eine hohe Erwünschtheit bei. Gleiches gilt für die Werte Gleichheit und Gerechtigkeit.[218] Nach der Bedeutung des „Wir-Gefühls“ gefragt, antworten die Befragten der Vermächtnisstudie mit 81 % Zustimmung, dass ihnen das „Wir-Gefühl“ wichtig ist, und 85 % möchten dieses gerne an zukünftige Generationen weitergeben. Allerdings glauben nur 23 %, dass es in Zukunft ein stärkeres „Wir-Gefühl“ geben wird.[219] Dabei zeigen die Ergebnisse: Die Wertvorstellungen der Menschen unterscheiden sich oftmals gar nicht so sehr nach sozioökonomischen Merkmalen und nähern sich vor allem stark an, wenn man danach fragt, wie sich die Menschen die Welt von morgen wünschen. Dies bestätigen auch die Befunde der Vermächtnisstudie: Das Vermächtnis der Menschen ähnelt einander viel stärker als ihre heutigen Einstellungen.[220] Unterschiedliche Wertvorstellungen spielen außerdem aus Sicht der Menschen für den Zusammenhalt eine eher nachgelagerte Rolle (siehe Abbildung 6).

[218] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 76.
[219] Vgl. Allmendinger (2017), S. 205.
[220] Vgl. Allmendinger (2017), S. 217.

Gleichwohl bilden sich in den Analysen **spezifische Merkmale** heraus, anhand derer unterschiedliche Präferenzen bei Werten und Einschätzungen aktueller und zukünftiger Entwicklungen erklärt werden können. Die Analysen zeigen, entsprechend der Einschätzung der Befragten, was sie untereinander trennt (siehe Abbildung 28), dass dies vor allem die **Merkmale sozialer Ungleichheit** sind, d. h. **die soziale Schicht, die Bildung und das Einkommen.** Und diese Merkmale überlagern auch die Herkunft der Antwortenden, also die Frage, ob es sich bei ihnen um Migrantinnen oder Migranten handelt oder nicht. Jene mit einem niedrigeren Status bzw. geringerer Bildung und niedrigerem Einkommen sind beispielsweise tendenziell mehr in Sorge über die aktuellen Entwicklungen sowie das weitere Auseinanderdriften der sozialen Schichten. Sie sind es auch, die im Gegensatz zu den Bessergestellten im privaten Umfeld mehr negative Veränderungen wahrnehmen. Der soziale Status sowie Bildung und Einkommen sind auch in der Frage nach einem schwächer werdenden Zusammenhalt in Deutschland die bedeutendsten Merkmale für das Antwortverhalten.

Die Menschen wünschen sich auch eine Steigerung der Attraktivität der ländlichen Regionen, obwohl der **Wohnort (Stadt/Land)** zumindest für heute nicht als trennender Faktor wahrgenommen wird (siehe Abbildung 28). Bei der Abfrage des Wünschenswerten auf der persönlichen Ebene spielt der Wohnort zwar hin und wieder eine Rolle, fällt aber gegenüber anderen Merkmalen ab. Allerdings gewinnt der Wohnort häufig dann an Bedeutung, wenn man die Menschen nach ihren Wünschen und Hoffnungen für die Zukunft fragt. Es scheint also, dass sie heute den Gegensatz Stadt vs. Land noch nicht als (starke) Trennlinie in der Gesellschaft wahrnehmen, aber Anzeichen für eine zukünftig potenziell stärkere Ungleichheit zwischen Stadt und Land sehen, die es aus ihrer Sicht zu vermeiden gilt.

Ein weiteres Merkmal für ein unterschiedliches Antwortverhalten ist das **politische Interesse** und, damit teilweise verwoben, das Vertrauen in positive wissenschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen. Immerhin die Hälfte der Menschen meint, dass die Unterschiede in den politischen Einstellungen größer und unversöhnlicher geworden seien, was den gesellschaftlichen Zusammenhalt schwäche, und dass politische Einstellungen die Menschen trennten. Damit sich die Gesellschaft zukünftig positiv entwickelt, wünschen und hoffen die Befragten, dass die Politik wieder bürgernäher wird. Den Menschen fehlt das Gefühl, von der Politik verstanden und gehört zu werden, oder auch die praktische Erfahrung, durch eigenes Engagement einen Unterschied erwirken zu können. Folglich stößt ein aktives politisches Engagement bei nur wenigen auf Begeisterung; viele empfinden ein Interesse an politischen Informationen und Eigenverantwortung tendenziell als erstrebenswert und raten in der Vermächtnisstudie vor allem zukünftigen Generationen dazu, sich gut zu informieren. So zeigen sich Diskrepanzen sowohl zwischen den Bürgerinnen und Bürgern und der Politik als auch zwischen Bürgerinnen und Bürgern, die politisch interessierter sind, und jenen, die es weniger sind. Diskrepanzen bestehen auch zwischen Befragten mit unterschiedlichen politischen Einstellungen.

Wichtige Unterschiede zeigen sich zwar auch beim Alter, allerdings liegt hier die Vermutung nahe, dass es sich eher um Unterschiede in der inhaltlichen Neuaufladung von Werten handelt und weniger um eine konkrete Trennlinie. Darauf deutet z. B. hin, dass das Alter für die Wahrnehmung divergierender Wertvorstellungen eine entscheidende Rolle spielt, mit Blick auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Beurteilung dessen, was die Menschen trennt, jedoch kaum entscheidend ist. Auch die höhere Zustimmung von Älteren hinsichtlich eines wahrgenommenen Verfalls des Familiensinns untermauert diese Interpretation. Zu diesem Ergebnis kommt auch die Vermächtnisstudie, laut der „der Wandel der Gesellschaft [in Bezug auf Familie] nicht zu einer Relativierung geführt [hat], sondern zu einer Vielfalt der Lebensmodelle vor dem Hintergrund klassischer Orientierungen".[221]

[221] Vgl. Wetzel (2017), S. 8.

Auch die Herkunft im Sinne von Ost- oder Westdeutschland kristallisierte sich als Merkmal für verschiedene Meinungsbilder heraus. Allerdings liegt hier die Vermutung nahe, dass dies stark mit Faktoren wie dem Bildungsniveau, Einkommen und Sozialstatus zusammenhängt.[222] Wie der aktuelle IW-Verteilungsreport zeigt, liegen die durchschnittlichen Einkommen in Ostdeutschland noch deutlich unter denen Westdeutschlands – und dies bei einer deutlich größeren Ungleichheit der Einkommen.[223] Folglich ist beispielsweise beruflicher Erfolg häufiger für Befragte aus Ostdeutschland etwas explizit Erstrebenswertes. Ebenso sind es im Vergleich auch eher Befragte aus den neuen Bundesländern, die einen Anstieg der sozialen Ungleichheit wahrnehmen, wobei der Peak im Jahr 2005 festzustellen war und seitdem eine rückläufige Tendenz erkennbar ist.[224]

[222] Siehe auch Brühl et al. (2018), S. 93 f. und Deutschlandfunk (2007).

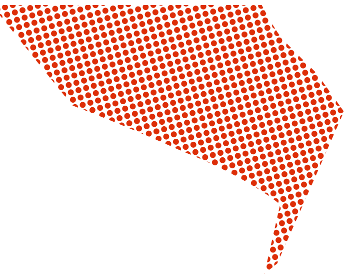
[223] Vgl. Stockhausen, Calderón (2020), S. 12 f.

[224] Vgl. Stockhausen, Calderón (2020), S. 12.





5
SZENARIEN: WIE GESELLSCHAFT UND WERTELANDSCHAFT MORGEN AUSSEHEN KÖNNTEN



Die Analyse von Zukunftsentwicklungen und damit auch sich wandelnder Wertvorstellungen erfolgt meist durch den Blick in den „Rückspiegel“. Mithilfe von Querschnitts- und Longitudinalstudien wird der Wertewandel ausgehend von seinem historischen Verlauf analysiert. Um zukunftsgerichtete Aussagen treffen zu können, werden in Wertestudien in der Regel subjektive Zukunftserwartungen abgefragt und an aktuell beobachtbaren Trendentwicklungen gespiegelt.

Diese Zukunftserwartungen und -hoffnungen sind für die Ausgestaltung der Zukunft zwar wichtig, da sie unmittelbares Handeln, z. B. bei Investitionsentscheidungen, prägen.[225] Sie sind jedoch bei weitem nicht die alleinigen Treiber des gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Wandels. Daher kann es eine signifikante Diskrepanz zwischen Erwartungen bzw. Wünschen und der in der Zukunft tatsächlich eintretenden Realität geben. Hinzu kommt, dass derartige Aussagen in der Regel stark zeitgeist- und gegenwartsgeprägt sind. Angesichts der prinzipiellen Unsicherheit zukünftiger Entwicklungen und einer zunehmenden systemischen Komplexität ist es im Foresight-Kontext daher zielführender, über die Extrapolation der Erwartungshaltungen und Zukunftswünsche hinaus eine Exploration alternativer Zukünfte über Szenarien durchzuführen, um ein möglichst umfassendes Zukunftsbild zu generieren, das alternative Entwicklungsverläufe berücksichtigt. Die Szenariotechnik ist eine gängige und in vielen Kontexten erprobte Foresight-Methode (siehe Abbildung 10).[226]

Dabei ist es wichtig, darauf hinzuweisen, was Szenarien sind, was sie leisten bzw. nicht leisten können und welche Funktion sie haben. Ein Aspekt ist dabei besonders hervorzuheben: Szenarien sind keine Prognosen. Sie sagen die Zukunft nicht voraus, sondern sind eine etablierte Methode, den zukünftigen Möglichkeitsraum so breit wie möglich zu explorieren und zu beschreiben.

Der im Rahmen dieser Untersuchung gewählte Szenarioansatz ist explorativ, nicht normativ. Die Szenarien beschreiben also keine wünschenswerten Zukünfte, sondern nur mögliche. Die Frage, welches Szenario am ehesten erwartbar ist, hängt stark von subjektiven Erwartungen und Vorstellungen ab – und ist ausdrücklich nicht Gegenstand der Untersuchung. Szenarien beschreiben mögliche Zukünfte, die sich nicht gegenseitig ausschließen müssen (also nicht: Wenn Szenario X kommt, kann Szenario Y nicht eintreten). Vielmehr ist es im Sinne der Erschließung des Möglichkeitsraumes, dass eine Kombination von einzelnen Elementen aus verschiedenen Szenarien die zukünftige Realität beschreiben kann. Das heißt aber nicht notwendigerweise, dass implizit alle Zukunftsmöglichkeiten bereits in den Szenarien abgebildet sind.

Daher stellt sich in Szenarioprozessen auch immer die (berechtigte) Frage, ob nicht auch ein ganz anderes Szenario hätte ausgewählt und beschrieben werden können. Dabei arbeitet man in der Foresight-Praxis zumeist mit drei bis sechs Szenarien, um den Prozess und die Ableitungen aus den Szenarien handhabbar zu halten. Die Auswahl der zu beschreibenden Szenarien[227] orientiert sich an der Fragestellung und dem Erkenntnisinteresse – den möglichen zukünftigen Veränderungen der Gesellschaft in Deutschland.

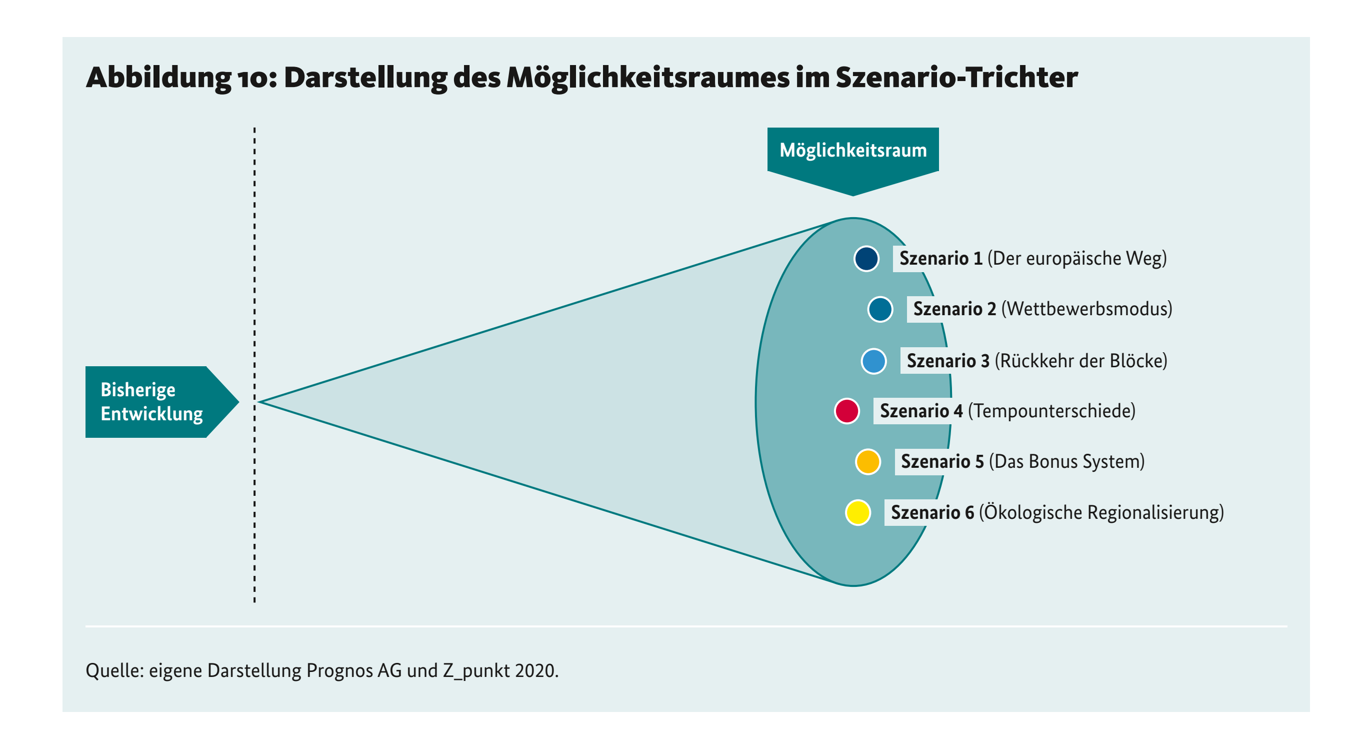
In diesem Kontext ist hervorzuheben, dass die hier beschriebenen Szenarien ein methodisches Hilfsmittel darstellen, um mögliche Veränderungen der Wertelandschaft zu explorieren. Aus diesem Grund wurden Szenarien ausgewählt, die von teilweise stark veränderten (wenn auch plausiblen) Umfeldbedingungen in der Zukunft ausgehen – um zu explorieren, wie „zukunftsstabil“ die bestehenden Wertelandschaften sind. Um diese veränderten Umfeldbedingungen zu beschreiben, wurde jeweils eine unterschiedliche dominante Treiberlogik zugrunde gelegt, die sich aus den heutigen zukunftsrelevanten Diskursen und Signalen für potenziellen Wandel speist:

[225] Siehe Beckert (2017).

[226] Stellvertretend für viele: Wilms (Hrsg., 2006).

[227] Die in diesem Szenarioprozess erarbeiteten möglichen Zukunftsausprägungen der Schlüsselfaktoren lassen rund 26,8 Millionen verschiedene Szenariokombinationen zu. Die Auswahl auf drei bis sechs Szenarien folgt daher qualitativen Kriterien wie der Orientierung am Erkenntnisinteresse. Zugleich zeigt die Auswahl und damit auch die Limitierung auf drei bis sechs Szenarien auch immer implizit die Grenzen der explorativen Szenariotechnik auf.

Abbildung 10: Darstellung des Möglichkeitsraumes im Szenario-Trichter



Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

- Wir beobachten, dass durch die Globalisierung in vielen Teilen der Welt auch die regionale Zusammenarbeit institutionalisiert wird. Dabei stellt sich auch die Frage nach der zukünftigen Rolle der Europäischen Union.
- Wir verfolgen im öffentlichen Diskurs einen Widerstreit zwischen ökonomischen Deregulierungs- und Regulierungsparadigmen.
- Wir sehen zusehends gespaltene und polarisierte Gesellschaften im Entstehen.
- Wir befinden uns inmitten des Übergangs von der industriellen in die digitale Moderne.
- Wir erleben eine neue Systemkonkurrenz auf globaler Ebene.
- Wir spüren die Grenzen der Belastbarkeit unserer natürlichen Ökosysteme und die Auswirkungen des Klimawandels.

Diese dominanten Treiber fördern jeweils andere soziale Logiken zutage, an denen sich die Wertelandschaften orientieren. In den hier beschriebenen alternativen Zukünften Deutschlands in den 2030ern werden im Sinne einer breiten Erschließung des zukünftigen Möglichkeitsraums also unterschiedliche soziale Logiken beschrieben, die durch unterschiedliche zentrale Treiber herausgebildet werden. Szenarien spiegeln dabei immer auch den aktuellen Zeitgeist, sie sind nicht losgelöst von der Gegenwart zu betrachten. Sie bewegen sich im von Niklas Luhmann skizzierten Spannungsfeld von „gegenwärtigen Zukünften" und „zukünftigen Gegenwarten"[228] – also dem zeitgeistgeprägten aktuellen Diskurs über Zukunftsvorstellungen und dem Anspruch, möglichst gut potenzielle zukünftige Realitäten zu skizzieren. Die in den Szenarien beschriebenen möglichen Zukünfte Deutschlands in den 2030er Jahren reflektieren somit aktuelle Zukunftsfragen und Herausforderungen, die den Diskurs in und zwischen Gesellschaft, Wirtschaft und Politik leiten und ihre jeweiligen Handlungen auf dem Weg in die Zukunft prägen.

[228] Vgl. Luhmann (1976).

Um dies vom Abstrakten ins Konkrete zu übersetzen, werden Zukunftsbilder in Form von Szenarien zugespitzt. Diese pointierte Art der Darstellung bringt mit sich, dass notwendigerweise nicht alle Umfeldbedingungen und Detailentwicklungen in einem Szenario beschrieben werden können. Vielmehr sollen Szenarien zu weiteren Fragen und Diskussionen über die Zukunft und über die in den Szenarien nicht beschriebenen Elemente anregen, also: Was bedeutet das erste/zweite/dritte Szenario eigentlich für X oder Y? In der Diskussion über Szenarien sollen auch Chancen, Risiken und Herausforderungen sowie eigene Handlungsoptionen sichtbar werden. Dabei ist eine der wichtigsten Funktionen von Szenarien, auch Zukünfte zu durchdenken, die den eigenen Annahmen und Vorstellungen widersprechen.

Dabei stellt sich die Frage der Plausibilität oder der Wahrscheinlichkeit von Szenarien. Die in diesem Prozess erarbeiteten Szenarien beschreiben mögliche Zukünfte in den 2030er Jahren, also eine zeitliche Entfernung von zehn bis 15 Jahren. Um eine geeignete Vorstellung davon zu bekommen, welche Transformationsdynamiken in 15 Jahren grundsätzlich möglich und damit auch plausibel sind, hilft ein Blick in die Vergangenheit. Denn 15 Jahre sind eine lange Zeit, in der viel passieren kann. Dies zeigt auch die Geschichte. Hierbei hilft ein kleines Gedankenexperiment, welchem die fiktionale Annahme zugrunde liegt, im Jahr 1945 hätte eine Konferenz mit Expertinnen und Experten zur Zukunft Deutschlands in Paris stattgefunden. Wie plausibel wäre es für die Teilnehmenden des Workshops gewesen, dass Deutschland zehn Jahre später Teil der NATO wird bzw. 1957 ein Gründungsmitglied der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft sein wird? Die Antwort auf dieser Konferenz wäre höchstwahrscheinlich gewesen: absolut gar nicht plausibel. Ein anderes Beispiel: Wie plausibel wäre es im Mai 1989 erschienen, dass 15 Jahre später acht Staaten (die tlw. wie Slowenien noch nicht einmal existierten) des Warschauer Paktes der EU beitreten? Und wie plausibel war es im Jahr 1970 in China auf dem Höhepunkt der Kulturrevolution, dass nur acht Jahre später die Reformpolitik unter Deng Xiaoping beginnen könnte? Die Antwort in beiden Fällen wäre höchstwahrscheinlich gleich gewesen: nicht sonderlich plausibel. Diese Art der historischen Gedankenexperimente könnte noch weitergeführt werden, was wiederum zeigt, dass bei der Plausibilitätsbewertung von soziopolitischen Szenarien in einem erweiterten Denkrahmen argumentiert werden muss.

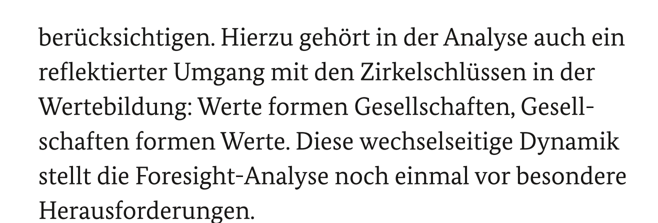
Hinzu kommt das Phänomen der „narrativen Verzerrung", das nachträgliche postrationalisierende Schaffen einer Erzählung, um einem Ereignis einen plausiblen Grund zu verleihen.[229] Im Nachhinein erscheint es also logisch, dass es zum Fall der Mauer, zu einer globalen Pandemie oder zum Ausbruch des Ersten Weltkriegs kommen musste – auch wenn noch kurz zuvor beinahe niemand damit gerechnet hat. Diese retrospektive Postrationalisierung führt dazu, dass zukünftige Wahrscheinlichkeiten bzw. Plausibilitäten häufig erneut falsch eingeschätzt werden. Szenarien müssen also auch Transformationen beschreiben, die über gegenwärtige Systemgrenzen und Stabilitätsannahmen hinausgehen. Der US-Futurologe James Dator von der Universität Hawaii hat dies entsprechend pointiert formuliert: *„Jede nützliche Vorstellung der Zukunft sollte lächerlich erscheinen. Behalten Sie dies stets im Hinterkopf: Erscheint Ihnen eine angebliche Zukunftsaussage sinnvoll, bezieht sich diese wahrscheinlich auf die Gegenwart und ist daher nicht sehr nützlich. Wenn sie Sie schockiert oder empört oder wie lächerliche Science-Fiction anmutet, kann sie sich tatsächlich auf die Zukunft beziehen und damit von Nutzen sein."*[230] Denn es muss einem Menschen im Jahr 2005 (das erste iPhone kam im Jahr 2007 auf den Markt) wie lächerliche Science-Fiction vorgekommen sein, dass nur 15 Jahre später über vermehrte Nackenprobleme oder dickere Finger durch Smartphone-Nutzung diskutiert würde.[231]

Szenarien mit einem längeren Zeithorizont sollten demnach den Anspruch haben, in einzelnen Szenarien über die Gegenwartsanalysen hinauszublicken und – aus heutiger Perspektive – unwahrscheinliche Elemente zu integrieren. Über die Exploration eines breiten zukünftigen Möglichkeitsraums durch die Erschließung potenzieller Gesellschaftsszenarien lassen sich wiederum qualitative Aussagen über den Möglichkeitsraum der zukünftigen Wertelandschaft und Instanzen der Wertevermittlung ableiten. Dabei braucht es Szenarien, die nicht zu vereinfachend dargestellt sind und komplexe systemische Wechselwirkungen

[229] Zum Phänomen der Narrative Fallacy wie auch des artverwandten Hindsight Bias vgl. Taleb (2008).

[230] Dator (2011).

[231] Siehe Hannoversche Allgemeine (2019).



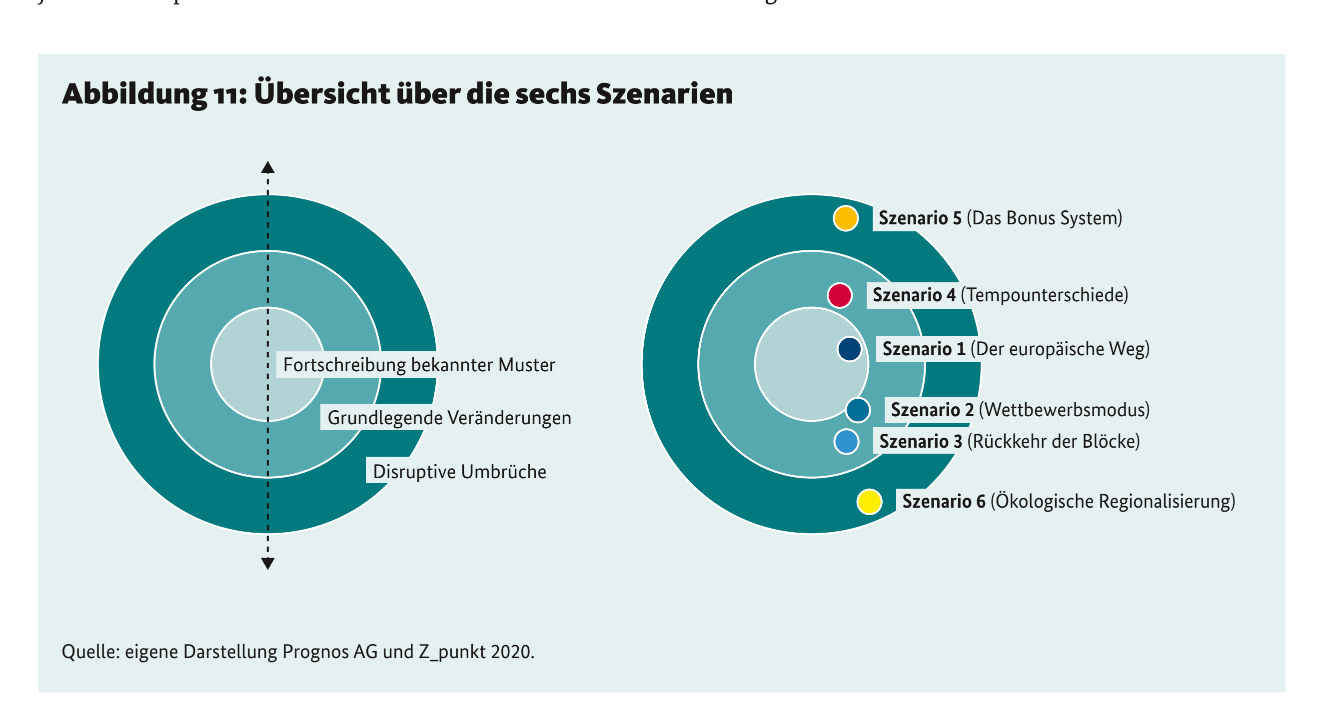
berücksichtigen. Hierzu gehört in der Analyse auch ein reflektierter Umgang mit den Zirkelschlüssen in der Wertebildung: Werte formen Gesellschaften, Gesellschaften formen Werte. Diese wechselseitige Dynamik stellt die Foresight-Analyse noch einmal vor besondere Herausforderungen.

Zudem muss die Komplexität der Gesellschaften dahingehend erschlossen werden, dass die richtige Aggregationsebene der Beschreibung gewählt wird, ohne sich zu sehr im Detail – und dadurch an Aussagekraft und Prägnanz – zu verlieren. Die in den Szenarien beschriebene Gesellschaftsdiagnose bezieht sich daher auf grundlegende Charakteristika der Gesellschaft und beschreibt bewusst keine spezifischen Milieus. Die Szenarien müssen also in ihrer Beschreibung einerseits ausreichend komplex und andererseits hinreichend komprimiert sein, um analysefähig zu sein.

Um hier die gewünschten Resultate zu erzielen, bietet sich ein explorativ-partizipativer, schlüsselfaktorenbasierter Szenarioprozess an, in dem systematisch externes Expertinnen- und Expertenwissen integriert wird. Dieser Prozess wurde im Rahmen der Analyse zukünftiger Wertewelten durchgeführt und führte zu sechs plausiblen Szenarien, die mögliche Zukunftsbilder der deutschen Gesellschaft in den 2030er Jahren beschreiben. Nach einer ersten Diskussion der Ergebnisse wurden ergänzend zwei Szenarien entwickelt, die jeweils von spezifischen Prämissen ausgingen: einer voranschreitenden europäischen Integration auf der einen und einer neuen Phase wirtschaftlicher Liberalisierung auf der anderen Seite. Damit sollten in der Diskussion der Szenarien zwei zusätzliche Optionen erschlossen werden. Diese betonen weniger das Disruptive als vielmehr die Fortschreibung bekannter Entwicklungen – und beschreiben damit Wege von größerer Kontinuität. Gleichwohl können die Szenarien nicht alle Aspekte möglicher Zukünfte beschreiben, sondern fokussieren sich auf das Wesentliche. Sie wollen vielmehr zu Diskussionen über etwaige nicht beschriebene Elemente im Besonderen und über die Zukunft im Allgemeinen anregen. In dieser Diskussion über Szenarien vermengen sich dann explorative und normative Aspekte. Es geht dann also nicht nur um die Frage „In welcher Zukunft könnten wir leben?“, sondern auch um die Frage „In welcher Zukunft sollen bzw. wollen wir leben?“.

Wie sich die Szenarien in ihrem Veränderungsgrad gegenüber der aktuellen Situation einordnen lassen, zeigt die folgende Abbildung. Hier werden sie nach drei Kategorien klassifiziert: Fortschreibung bekannter Muster, grundlegende Veränderungen und disruptive Umbrüche. Deutlich wird, dass eine große Bandbreite von Entwicklungsoptionen erfasst werden konnte und damit ein wesentlicher Zweck der Szenarioanalyse erfüllt ist: abgrenzbare alternative Zukünfte aufzuzeigen, die für die Wertediskussion unterschiedliche Reflexionsmöglichkeiten eröffnen.

Abbildung 11: Übersicht über die sechs Szenarien



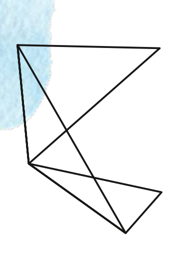
Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

5.1 Szenario „Der europäische Weg“

Szenario in einem Tweet

Europa geht einen eigenen Weg:
In den 2030ern ist Deutschland eingebettet in ein handlungsfähiges Europa, das eine nachhaltige und innovationsfreundliche Agenda vorantreibt, um sich im harten globalen Wettbewerb zu behaupten.

#EuropäischerWeg





Was wäre, wenn ...

- ... sich der **globale Wettbewerb um Zukunftstechnologien weiter verschärft** und immer mehr Innovationszentren rund um den Globus entstehen?
- ... ausländische Drittmächte in den 2020er Jahren verstärkt versuchen, **die europäische Einheit zu untergraben?**
- ... sich als Antwort darauf eine neue **europäische Integrations- und Innovationsdynamik** entwickelt und Europa bei Industrie- und Digitalpolitik einen eigenständigen Weg einschlägt?
- ... eine Mehrheit der Deutschen **eine starke europäische Identität,** die komplementär zu nationalen und regionalen Identitäten wirkt, entwickelt?

Deutschland in den 2030er Jahren

Wer von Deutschland in den 2030er Jahren spricht, spricht immer auch über Europa. Deutschland ist eng eingebunden in eine neue europäische Integrationsdynamik, die insbesondere von Frankreich, Spanien und den Benelux-Staaten als „Motor" an vorderster Front vorangetrieben wird. Lang diskutierte Strategiepapiere konnten und können nun effektiv umgesetzt werden. Die als „europäischer Weg" bekannt gewordene Politik ist als Antwort auf die Verschärfung des globalen Wettbewerbs in den 2020er Jahren zu sehen, der einem multilateralen Wettlauf um industrielle und strategische Autonomie glich. Dieser härtere Wettbewerb kam einerseits dadurch zustande, dass auf allen Kontinenten neue, leistungsfähige Innovationszentren für digitale und grüne Technologien entstanden, die mit nationalen und regionalen Fördergeldern aufgebaut wurden – auch unter dem Eindruck eines sich intensivierenden Klimawandels. Andererseits wurde dieser Wettbewerb in den 2020ern auch über Versuche der Einwirkung auf den öffentlichen Diskurs durch Drittstaaten, Industriespionage, Diebstahl geistigen Eigentums und Schutzmechanismen und (verdeckte) Subventionen für heimische Industrien ausgetragen.

Darüber hinaus wird immer wieder nach dem Prinzip des „divide et impera" versucht, einheitliche Positionen der Mitgliedstaaten der Europäischen Union zu untergraben – etwa durch gezielte strategische Beteiligungen von Staatsfonds aus Drittstaaten in einzelnen EU-Mitgliedstaaten (z. B. an Infrastrukturprojekten) oder Formate wie 17+1.

Die EU und insbesondere ihre – nach dem im Vertrag von Amsterdam verankerten Prinzip der verstärkten Zusammenarbeit – vorangehenden Mitgliedstaaten reagierten hierauf mit einer robusten Strategie, die darauf abzielte, sowohl die politische Handlungsfähigkeit der EU und ihrer Mitglieder als auch die globale Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft zu stärken. Dies alles unter der Maßgabe, Europa bis 2050 klimaneutral zu machen und als Standort für Zukunftstechnologien zu festigen. Dies führte auch zu internationalen Konfrontationen, etwa bei der EU-Anpassung der Kohlenstoffgrenzen für ausgewählte Sektoren und der Bepreisung eines möglichen „Carbon Leakage" im Sinne des European Green Deals.[232]

[232] Unter Carbon Leakage versteht man die Verlagerung von Produktion (z. B. von der EU in andere Länder mit geringeren Ambitionen zur Emissionsreduzierung) oder die Ersetzung von EU-Produkten durch kohlenstoffintensivere Importe. Tritt dies ein, gibt es keine Reduzierung der globalen Emissionen. Ein Mechanismus zur Anpassung der Kohlenstoffgrenzen für ausgewählte Sektoren könnte das Risiko einer Verlagerung von CO_2-Emissionen verringern. Dadurch würde der Preis der Importe den Kohlenstoffgehalt genauer widerspiegeln.

Ein wichtiger Pfeiler dieser Politik seit den 2020er Jahren ist die Schaffung leistungsfähiger europäischer Innovationszentren in den strategischen Sektoren (wie digitale Technologien, Quantentechnologie, künstliche Intelligenz, Raumfahrt, Nachhaltigkeits- und Dekarbonisierungstechnologien und Wasserstoff), die in unmittelbarer Nähe zu europäischen Forschungszentren und führenden Universitäten angesiedelt werden. In diesen Bereichen entstanden einige europäische Champions, die im globalen Wettbewerb führend sind – wozu auch der Wettbewerbsvorteil eines großen digitalen Binnenmarktes beigetragen hat. Die Größe des Binnenmarktes verstärkt dabei die Wirksamkeit von Maßnahmen durch Skaleneffekte. Dennoch stehen einige EU-Staaten einer vertieften Zusammenarbeit und einer neuen Integrationsdynamik skeptisch gegenüber und bevorzugen nationale Lösungen. In Brüssel zieht dies häufig mühsame Ausverhandlungsprozesse nach sich, um eine gemeinsame Position bei der Übertragung von geteilten Zuständigkeiten auf europäischer Ebene (etwa ausschließliche Zuständigkeit der EU bei Raumfahrt) zu erreichen – sei es durch Opting-out oder Zugeständnisse bei anderen Themen.

Diese Politik der EU stößt einerseits auf viel Zustimmung, andererseits aber auch auf Kritik. Diese kommt zum einen von Ökonominnen und Ökonomen sowie Unternehmenslenkerinnen und -lenkern, die von „gezüchteten Oligopolen“ und „Marktverzerrung“ sprechen. Dieser Kritik begegnen die europäischen Institutionen mit dem Verweis auf realpolitische Zwänge: So setze sich die EU zwar für die Wiederbelebung der WTO und die Etablierung eines effektiven regelbasierten Multilateralismus ein. Angesichts der weltweit praktizierten Politik der ungleichen Marktzugänge sei die jetzige Politik jedoch die einzige Möglichkeit, die europäische Wirtschaft in der Weltspitze mitspielen zu lassen und den Standort attraktiv für Ansiedlungen zu machen. Zudem komme die Förderung nicht nur einigen wenigen Firmen, sondern auch gezielt den KMU und Forschungseinrichtungen in Europa zugute. Durch unterschiedliche Umwelt- oder Datenschutzstandards oder durch ausländisch subventionierte Marktteilnehmende im Binnenmarkt gebe es ohnehin „natürliche“ Marktverzerrungen, da einheitliche und globale Marktstandards in den 2030er Jahren nicht in Sicht seien. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass die Innovationszentren durch Netzwerkeffekte überproportional begünstigt würden, wodurch sich mittelfristig die regionale Ungleichheit in Europa erhöhe. Hier versucht die EU, sowohl über den Struktur- und Kohäsionsfonds als auch über den „Just Transition Mechanism“ des European Green Deals umfassende Ausgleichsmechanismen zwischen den Regionen zu schaffen.

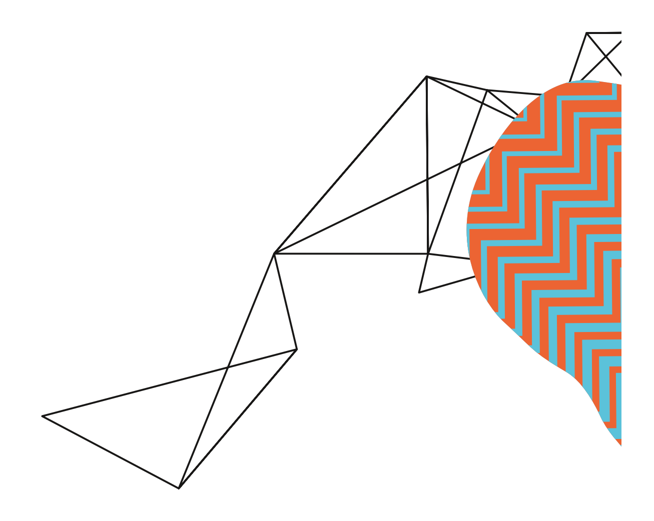
Die Implementierung dieser Strategie in der ersten Hälfte der 2020er Jahre fiel zeitlich zusammen mit den Bestrebungen europäischer Firmen, Produktion und Fertigung wieder verstärkt in Europa anzusiedeln, da sich globale Lieferketten infolge von geopolitischen Krisen und Pandemien als hochgradig fragil erwiesen haben. Der „europäische Weg“ zeichnet sich durch die Betonung eigener europäischer Handlungsmaximen aus, die Europa im globalen Vergleich einen Sonderstatus beim Umgang mit vielen Bereichen verleihen – etwa bei den hohen Standards für Umweltschutz im Rahmen des Green New Deal, grüner IT, Datenschutz und -nutzung, verantwortungsvoller KI, CO_2-Bepreisung, der Betonung der starken Relevanz von Sozialpartnerschaften (auch bei der Automatisierung) oder den hohen ethischen Standards bei Gen- und Biotechnologie. Dabei hebt die EU-Kommission immer wieder hervor, dass alle, die am europäischen Binnenmarkt partizipieren möchten, auch europäische Standards akzeptieren müssen. Dies stärkt zwar das Profil Europas in der globalen Wahrnehmung, trägt aber – genau wie die Politik anderer Machtzentren – dazu bei, dass globale regelbasierte Kooperation erschwert wird. Die grundsätzliche Tendenz des „kompetitiven Multilateralismus“, sich in Differenz zu anderen Weltregionen zu betrachten und die eigenen Besonderheiten hervorzuheben, nimmt zu.

In der deutschen Bevölkerung sind die Zustimmungsraten zur Europäischen Union seit Jahren auf konstant hohem Niveau. Eine breite Mehrheit der Deutschen fühlt sich auch als Europäerinnen und Europäer. Ein in Talkshows gern zitierter Alltagsindikator ist, dass die intereuropäischen Eheschließungen seit Jahren zunehmen, weil auch das Denken insgesamt europäischer geworden sei. Der Vergleichsrahmen im Alltagsleben und in den Medien ist nur noch selten national, sondern richtet den Blick über die Grenzen ins europäische Ausland. Die gesamtwirtschaftliche Situation ist stabil, mit im Querschnitt moderaten Wachstumsraten. EU-skeptische Parteien und Positionen verharren in Deutschland und den meisten anderen EU-Staaten dagegen auf einem niedrigen Niveau – und schaffen es kaum noch, den öffentlichen Diskurs zu prägen.

Da es durch den harten globalen Wettstreit schwerer geworden ist, ein effektives globales Klimaregime zu implementieren, bleibt angesichts des fortschreitenden Klimawandels das Thema Umwelt weit oben auf der politischen und wissenschaftlichen Agenda. Dem fehlenden globalen Kooperationswillen zum Trotz konnten jedoch Erfolge bei der Senkung der Emissionen in Europa erzielt werden. Zum einen ist Nachhaltigkeit inzwischen zu einem globalen Wettbewerbsfaktor geworden, zum anderen ermöglichen neue, effizientere Technologien erhebliche Einsparungen bei den Emissionen. Darüber hinaus ist es mithilfe gezielter Förderung durch die EU in Deutschland auch gelungen, im Zuge der Anpassung bestehender Infrastrukturen an die Bedarfe der E-Mobilität auch (öffentlich-rechtliche) digitale Infrastrukturen in der Fläche zu schaffen. Dies trägt zur Verringerung des Stadt-Land-Gefälles und auch einer teilweisen Wiederbelebung ländlicher Regionen bei. Allerdings gelingt dies nicht überall, noch immer gelten einige Regionen als (digitale) Fördergebiete.

Neben Umweltfragen spielen soziale Fragen, die auch durch Ängste vor Automatisierung hervorgerufen werden, eine große Rolle im öffentlichen Diskurs. Während auf der einen Seite viele hochqualifizierte Jobs entstanden sind, ist – gerade auch in den Innovationszentren – ein großer dienstleistungsorientierter Sektor mit niedrigen Qualifikationsanforderungen entstanden, wodurch Einkommensunterschiede zugenommen haben. Hier versucht die Politik durch eine Stärkung der Sozialpartnerschaften auf angemessene Lohnniveaus auch bei einfachen Dienstleistungen und der „Gig Economy“[233] hinzuwirken. Dies zeitigt nicht immer den erhofften Erfolg, was auch mit dem geringen gewerkschaftlichen Organisationsgrad vieler „Gig Worker“ zu tun hat. Der ausgeprägte dienstleistungsorientierte Sektor zieht auch viele geringer qualifizierte Migrantinnen und Migranten an, die bereit sind, für eine erheblich geringere Bezahlung Arbeit anzunehmen. Daher ist die Forderung nach einem hohen europäischen Mindestlohn seit einiger Zeit fester Bestandteil der öffentlichen Debatten. Hinzu kommen Automatisierungsprozesse, die vor allem repetitive und standardisierte Mittelschichtsjobs betreffen. Aus diesem Grund hat die EU einen Weiterbildungsfonds geschaffen, der von Automatisierung betroffenen Arbeitnehmerinnen und -nehmern Fortbildungen ermöglichen soll. Dieser Fonds wurde zu Beginn der 2030er Jahre mit einem proaktiven Mechanismus ausgestattet – sodass auch Arbeitnehmerinnen und -nehmer, die gemäß Prognosen von Automatisierung betroffen sein könnten, den Fonds in Anspruch nehmen können. Unabhängig von den Ängsten vor Automatisierung genießen europäische Technologien ein hohes Vertrauen in der Bevölkerung, entsprechend hoch ist die Durchdringung und generelle Offenheit gegenüber Innovationen im Alltag.

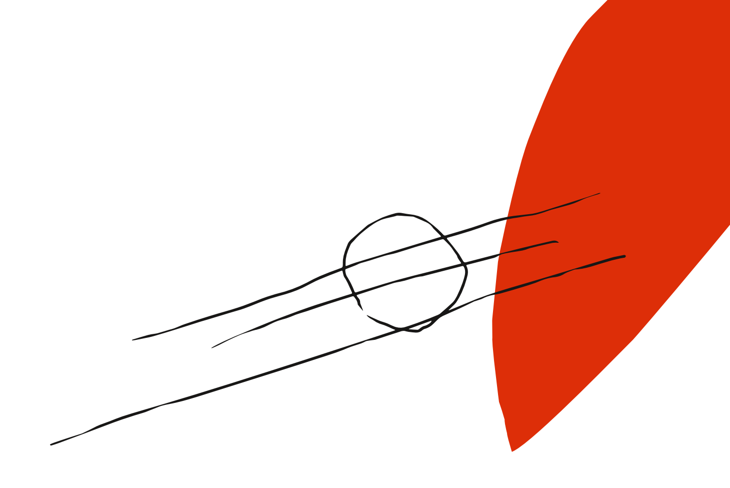
In der gesamten europäischen Union besteht erheblicher Bedarf an hochqualifizierten Fachkräften. Die hohen europäischen Standards, gefestigte demokratische Systeme und eine hohe Lebensqualität machen die Blue Card begehrt. Der Beitrag, den zugewanderte Fachkräfte zur Volkswirtschaft leisten, wird in den offenen und pluralistischen Gesellschaften gewürdigt. Nichtsdestotrotz bleibt es nicht aus, dass die wachsende Heterogenität der Gesellschaft immer wieder Ressentiments hervorruft – gerade gegenüber Nicht-EU-Ausländerinnen und -Ausländern mit kulturellen Wertemustern, die nicht denen der Mehrheitsgesellschaft entsprechen.



[233] Unter Gig Economy versteht man einen Teil des Arbeitsmarktes, in dem Auftraggeberinnen und -geber kurzfristige Aufträge an verschiedene unabhängige bzw. selbstständige Akteurinnen und Akteure vergeben. Dabei wird von einem Auftrag zum nächsten gearbeitet und bezahlt, wie beispielsweise bei dem Fahrtenvermittler Uber oder dem Essenslieferanten Lieferando.

Signale (in der Gegenwart) für ein mögliches Eintreten des Szenarios

- Eine von der EU-Kommission berufene unabhängige Expertinnen- und Expertengruppe für künstliche Intelligenz (KI) skizziert derzeit ethische Leitlinien für die Entwicklung vertrauenswürdiger künstlicher Intelligenz. Die insgesamt 33 Anforderungen unterstützen einen auf den Menschen ausgerichteten Ansatz in der künstlichen Intelligenz.[234]
- Mit dem European Green Deal und der Digitalstrategie für Europa unterstreicht die Kommission den weitreichenden (industrie)politischen Gestaltungsanspruch der europäischen Institutionen.[235]
- Mit der DSGVO nimmt Europa eine globale Sonderstellung im (digitalen) Datenschutz ein, die sich als globaler Wettbewerbsvorteil entpuppen kann.[236]
- Seit 2014 gilt in der EU das „Recht auf Vergessenwerden" im Internet. 2019 entschied der Europäische Gerichtshof, dass Google dieses Recht auf den Schutz der persönlichen Daten im virtuellen Raum nicht weltweit umsetzen muss. Europa geht also hier bereits einen digitalen Sonderweg.[237]
- Der deutsche Wirtschaftsminister Altmaier forderte gemeinsam mit seinem französischen Amtskollegen Le Maire einen EU-Konzern für künstliche Intelligenz und eine europäische Industriepolitik.[238]
- Mit der Gründung des gemeinsamen Unternehmens EuroHPC 2018 mit Sitz in Luxemburg und einem Haushalt von ca. einer Milliarde Euro wird versucht, mittels einer öffentlich-privaten Partnerschaft von Europäischer Union, 24 Mitgliedstaaten und Norwegen sowie der Industrie eine eigene europaweite Hochleistungsrecheninfrastruktur mit vier Supercomputern und die Entwicklung eines europäischen Ökosystems für Hochleistungsrechnen zu schaffen.[239] Bis 2022/2023 soll bereits ein Supercomputer mit einer Leistungsfähigkeit im Bereich bis 10^{18} Rechenoperationen pro Sekunde (exa-scale) für Nutzer aus Industrie und Forschung in Europa bereitstehen.



234 Vgl. Europäische Kommission (2019a).
235 EURACTIV (2019) und Europäische Kommission (o. D.).
236 Welt (2018a).
237 Tagesschau (2019b).
238 Welt (2019).
239 Europäische Kommission (2019b).

Umfeld der Wertelandschaft und Wertevermittlung



Globales Umfeld und Deutschlands Rolle in der Welt

Ein nachhaltiges und digitales Europa, das eine klare Vision verfolgt und diese auch gegen Widerstände anderer Systeme durchsetzt, steht selbstbewusst für seine Interessen ein – etwa durch Auflagen im digitalen Binnenmarkt, welche die Rolle außereuropäischer Anbieter bei kritischen Infrastrukturen beschränken. Deutschland steht dabei in enger Abstimmung mit den europäischen Partnern, mit dem Ziel, die europäische Ebene der Politik zu stärken. Die gewachsene Systemkonkurrenz mit anderen (aufstrebenden) Nationen wird „mit harten Bandagen“ ausgetragen, etwa durch Importzölle oder Strafzahlungen für Carbon Leakage als politisches Instrument. Internationale Wertschöpfungsketten, die in die EU führen, werden so zwangsweise „vergrünt“. Die Durchsetzungsmechanismen basieren auch auf dem EU-eigenen „Digital Twin of the Earth“,[240] der weltweit eine umfassende Transparenz liefert, etwa über den tatsächlichen CO_2-Austoß. Der Kampf um weltweite Marktanteile hat zugenommen, etwa beim Export von Nachhaltigkeitstechnologien nach Afrika. Handelspolitik ist immer auch Außenpolitik im Sinne eines globalen Systemwettbewerbs. Handelszölle sind ein gängiges politisches Instrument, das Handelshemmnisse erzeugt. Zudem entstehen in anderen Teilen der Welt Märkte, deren wirtschaftlicher Entwicklung andere Werte zugrunde liegen – und die kein Interesse an einer nachhaltigen oder ethischen Digitalisierung haben. Dies verschärft die Systemkonkurrenz und erschwert die internationale Zusammenarbeit. Auch deshalb prüft die EZB als Reaktion auf die Einführung von immer mehr staatlichen Digitalwährungen, ob parallel zum digitalen Binnenmarkt auch ein digitaler Euro eingeführt wird.



Gesellschaftliches Klima

In der Bevölkerung bildet sich sukzessive eine starke europäische Identität heraus, die komplementär zu bestehenden Identitätsmustern wirkt. Das Sicherheits- und Stabilitätsempfinden ist hoch. Dies schafft das nötige Vertrauen in die Politik und ihre Gestaltungskraft. Soziale Ungleichheiten infolge des dynamischen ökonomischen Wandels sind ein prioritäres Thema im öffentlichen Diskurs, werden aber von einer Politik, die sich der sozialen Marktwirtschaft verpflichtet sieht, adressiert. So hat sich etwa die Bildungsteilhabe durch gezielte Förderung bildungsfernerer Schichten in allen Bildungsbereichen verbessert. Zudem ermöglichen klimaneutrale Sanierungen als Vorzeigeprojekte des European Green Deals einen weitreichenden Umbau der bebauten Umwelt und des öffentlichen Raums, etwa bei der Renovierung von altem Gebäudebestand.



Politisches Umfeld

Die Politik orientiert sich an der Vision eines nachhaltig-digitalen Europas und seiner sozialen und politischen Ziele. Deutsche Politik versucht dabei immer auch europäisch zu denken und entsprechend zu planen, etwa bei der Unterstützung von europäischen Champions und europäischen KMU – oder bei Forschungskooperationen, z. B. zur Entwicklung von Hochleistungsrechnern. Das vorherrschende Paradigma der Regulierung folgt einem Hybrid aus wettbewerblicher Marktstruktur mit individueller Freiheit und verstärktem Fokus auf Effizienz- und Wohlfahrtssteigerung, dessen Definition Nachhaltigkeitsziele umschließt. Gemäß dem Subsidiaritätsprinzip werden Infrastrukturen dort, wo es Sinn macht und möglich ist, dezentralisiert – etwa bei der Wasserversorgung oder Teilen des Gesundheitswesens.

[240] Der „Digital Twin of the Earth“ ist eine digitale Modellierungsplattform zur Überwachung, Messung und Vorhersage natürlicher und menschlicher Aktivitäten auf dem Planeten – und zugleich eine Visualisierung der Welt. Sie kann dreidimensional oder sogar vierdimensional sein, wenn eine zeitliche Überwachungskomponente hinzugefügt wird.



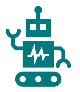
Wirtschaftswelt, Bildung und Arbeit

Die Wirtschaft folgt einer weitreichenden Dekarbonisierungsstrategie, die alle Sektoren von Schifffahrt über energieintensive Industrien bis hin zur Landwirtschaft umschließt. Unterstützend wirkt dabei die Technologie- und Innovationsoffenheit im Rahmen des Green New Deals. In diesen Bereichen sind auch viele neue Jobs entstanden. Ein „Just Transition Mechanism“ sorgt dafür, dass EU-Mitgliedstaaten mit hoher Abhängigkeit von CO_2-intensiven Branchen und deren regionale Wirtschaftszentren nicht über Gebühr belastet werden. Zugleich ist eine Reduzierung des Carbon Leakage gelungen, indem Importzölle für Produkte, die über CO_2-intensive Prozesse hergestellt werden, eingeführt wurden. Europäische Bildungsaustauschprogramme wie Erasmus sind begehrt. Gerade das Programm Erasmus+ für lebenslanges Lernen stößt auf starkes Interesse der Europäerinnen und Europäer. Im Zuge dessen wurde auch die Förderung von grenzüberschreitenden Weiterbildungsmöglichkeiten für Berufserfahrene stark ausgeweitet. In vielen Betrieben sind Robotik und virtuelle Assistenzsysteme längst Realität, was geholfen hat, Technologieskepsis zu mindern. Unternehmen, die vorausschauend Umschulungen angesichts möglicher Automatisierungen vornehmen, werden mit europäischen Mitteln unterstützt.



Lebensalltag

Digitale Technologien sind aus dem Lebensalltag nicht mehr wegzudenken: Der Lebensalltag ist digital transformiert. Er ist dadurch aber nur vordergründig einfacher geworden. Die digitale Transformation vereinfacht ehemalige „lästige“ Alltagsprozesse, schafft jedoch auch eine neue Komplexität auf digitaler Ebene. Die Zeit „verdichtet“ sich: Präsenz-, Frei-, Arbeits- und Lernzeit konkurrieren miteinander. Mit „eIDAS“ ist ein blockchainbasiertes europäisches System für digitale Identitäten, die EU-weit genutzt werden können, entstanden. Darüber hinaus gibt es eine weitverbreitete Präferenz für nachhaltigere Konsumstile, Kreislaufwirtschafts-Produkte und das landwirtschaftliche Prinzip „Farm to Fork“.



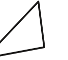
Bedeutung von Technologie

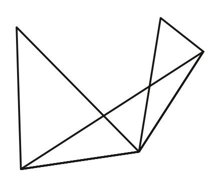
Das Internet der Dinge ist weitestgehend etabliert. Vernetzung ist bei neu gekauften Geräten der Standard. Neuartige Endgeräte, digitale Assistenten und Haushaltsrobotik werden wie selbstverständlich genutzt. Durch die Ansätze zu verantwortungsvoller KI und Sensibilisierung für die Risiken im Umgang mit dem Internet und neuen Technologien konnte Vertrauen hergestellt werden. Die hohen ethischen Standards bei Bio- und Gentechnologie sorgen in der Bevölkerung für ein starkes Bewusstsein für die Risiken von Eingriffen in komplexe Systeme.



Die Wertelandschaft in den 2030er Jahren

Die Wertelandschaft im Szenario des europäischen Wegs ist geprägt von einer Europäisierung sowohl individueller Lebenswelten als auch der Gesellschaft in ihrer Gesamtheit. Europa steht in einem harten globalen Wettbewerb, der die Lebenswelten der Menschen prägt. Komplementäre europäische Identitäten haben sich in der Breite herausgebildet. Auch der Vergleichsrahmen persönlicher Lebenssituationen orientiert sich grenzübergreifend auch am europäischen Ausland, zu anderen Weltregionen gibt es jedoch Abgrenzungstendenzen. Die Europäerinnen und Europäer begreifen sich als „besonders“ und avantgardistisch in Bezug auf das Setzen von ethischen und sozialen Standards, gerade im Vergleich zu anderen Weltregionen – und sind stolz auf europäische Sonderwege. Diese Spielart des „Europa-Patriotismus“ sorgt für eine Neuaufladung der traditionsorientierten Werte und bildet ein einigendes Element, das verschiedene soziale Schichtungen verbindet.

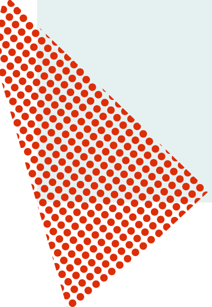




Die prägnantesten Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario des europäischen Wegs sind folgende:

a. **Gemeinschaftsbezogene Werte** haben unter dem Aspekt der Europäisierung an Bedeutung gewonnen, weil eine identitätsstiftende Komponente hinzugekommen ist. Das Gefühl und die Selbstzuschreibung, (auch) Europäerin oder Europäer zu sein, ist weit verbreitet. Auf gesellschaftlicher Ebene bedeutet dies, dass die neue europäische Integrationsdynamik von einem starken gesellschaftlichen Fundament getragen wird. Dies führt jedoch zu einer ausgeprägten Konfliktlinie zu denjenigen, die sich primär national definieren. Gemeinschaft wird auch europäisch gedacht, ist jedoch, je nach Kontext, komplementär zu bestehenden Zugehörigkeitsgefühlen zu verstehen. Der Wunsch, einer starken Gemeinschaft anzugehören, ist bei den meisten Menschen sehr ausgeprägt. Dies trägt auch den Wunsch nach einer starken EU. Die wachsende Heterogenität der Gesellschaft ruft jedoch auch immer wieder Ressentiments gegen Nicht-EU-Bürgerinnen und -Bürger mit kulturellen Wertemustern, die nicht denen der Mehrheitsgesellschaft entsprechen, hervor.

b. **Leistungsbezogene Werte** verbleiben im Szenario des europäischen Wegs auf einem hohen Niveau, da der globale Wettbewerb stark ausgeprägt ist und es den Menschen wichtig ist, in diesem globalen Wettbewerb mithalten zu können. Der Referenzrahmen für die eigene berufliche Tätigkeit ist global orientiert, d. h., die eigene Leistung im Beruf wird mit Tätigkeiten in China oder den USA verglichen: Wie gut steht es um die europäische Leistungsfähigkeit im Beruf XY im internationalen Vergleich? Deshalb erwarten die Menschen auch eine (europäische) Politik, welche die Rahmenbedingungen für den Erhalt der globalen Wettbewerbsfähigkeit setzt und sichert. Die weitverbreiteten digitalen Assistenzsysteme dienen auch der Steigerung persönlicher Leistungsfähigkeit in Freizeit und Berufsleben – und werden dahingehend gezielt eingesetzt.



c. **Bewusstseinsbezogene Werte** haben an Bedeutung gewonnen, da das Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein durch die politischen Rahmenbedingungen in der EU, die Vorbildcharakter für die Wertelandschaft haben, internalisiert wurden. Zudem gelten Nachhaltigkeitstechnologien als wichtiger Wirtschaftszweig. Da die Gesellschaft auch vom Wettbewerbsgedanken geprägt ist, gibt es hier Querschnittsbezüge zu leistungsbezogenen Werten. Klimaschutz erscheint als eine unumgängliche Notwendigkeit, die zur gemeinsamen europäischen Aufgabe geworden ist.

d. Da Europa auch sicherheitspolitisch gedacht wird, sind **normorientierte Werte** ebenfalls europäisch codiert. Über den sicherheitspolitischen Aspekt hinaus ist „Made in Europe" bei Fragen zur Anwendung von Gentechnik oder auch zur digitalen Infrastruktur und Technologie ein Vertrauenssiegel in einer Welt, die von Misstrauen zwischen den Weltregionen geprägt ist. Sicherheit wird durch die Betonung der sozialen Marktwirtschaft, der hohen sozialen Standards und der ausgeprägten Erwartungshaltung der Menschen an den Staat und die EU auch unter dem Aspekt der sozialen Sicherheit gedacht.

e. Die hohe Zustimmung zur europäischen Integration und zu einer „großen Koalition der Europafreunde" führt zu einer abnehmenden Relevanz **politikorientierter Werte,** da der Polarisierungs- und Politisierungsgrad in der Breite der Bevölkerung geringer geworden ist. Auf der anderen Seite gibt es diejenigen, die sich primär national definieren und politikorientierten Werten nun eine höhere Relevanz beimessen. Zugleich wurden Forderungen nach mehr Klimaschutz und sozialer Politik von der Politik aufgegriffen und in entsprechende Initiativen übersetzt. Die Gegner einer verstärkten europäischen Integration verharren in einer gesellschaftlichen Nischenposition, die allerdings dazu führt, dass sich die Auseinandersetzung zwischen Europabefürworterinnen und -befürwortern und -gegnerinnen und -gegnern tendenziell verschärft hat.

Die Instanzen der Wertevermittlung in den 2030er Jahren

Im Szenario des europäischen Wegs kommt es zum vordergründigen Paradox, dass zwar die politikorientierten Werte im Sinne einer Politisierung der Bevölkerung an Bedeutung verlieren, die Politik jedoch, insbesondere die europäische, als Wertevermittlungsinstanz durch Regulierungsvorgaben und die Formulierung politischer Visionen an Bedeutung gewinnt.

Globale internationale Organisationen wie die Vereinten Nationen weisen dagegen eine deutlich geringere Relevanz auf. Die globale Tendenz zur Regionalisierung und Nationalisierung prägt auch die Ebene der politischen Instanzen der Wertevermittlung. Die europäischen Institutionen werden im Kontext des Szenarios selbst zu Wertevermittlungsinstanzen. Insbesondere die Betonung eigener Standards und Gütesiegel bei Umweltschutz, Datenschutz und -nutzung, verantwortungsvoller KI, der starken Relevanz von Sozialpartnerschaften (auch bei der Automatisierung) oder der hohen ethischen Standards im Bereich der Gen- und Biotechnologie in der europäischen Politik hat hohen Einfluss auf die Ausgestaltung der Wertesets der Menschen.

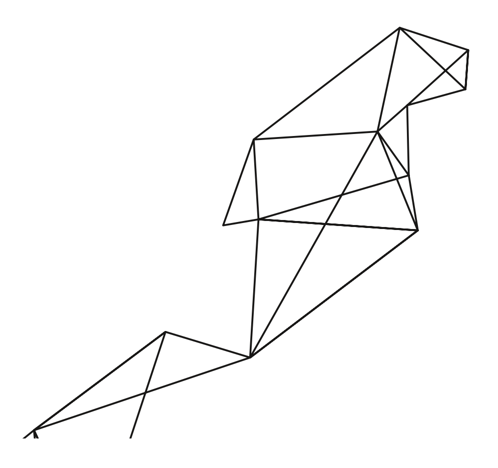
Diese normierende Funktion findet auch nachgelagert statt, etwa über die Nutzung digitaler Assistenzsysteme, die auch deshalb hohe Akzeptanz genießen, da sie europäischen Standards entsprechen. Zugleich ist die Durchdringung des Alltags mit digitalen Assistenten hoch, sodass diese durch ihre Unterstützung der Menschen bei tagtäglichen Entscheidungsfindungen selbst zu Instanzen der Wertevermittlung werden – ohne dass sie als solche von den Menschen wahrgenommen werden.

Innerhalb der im Szenario beschriebenen Rahmenbedingungen gibt es keine Anzeichen dafür, dass Familie und Peers als wichtige Instanzen für die Vermittlung von Werten an Relevanz verlieren. Da jedoch immer mehr europäische, also bi- oder multinationale Familien entstehen, findet auch hier eine Europäisierung der Wertevermittlung statt, die einen breiteren Blickwinkel erzeugt. Die Wertemuster der europäischen Nachbargesellschaften werden zu einem stärkeren Referenzpunkt der Wertebildung. Insbesondere der Internetkommunikation kommt hier eine wichtige Funktion zu, da sie den Austausch ermöglicht und den grenzüberschreitenden europäischen Dialog der Bürgerinnen und Bürger befördert. Dies prägt auch die Ausgestaltung von zivilgesellschaftlichen Organisationen, die ebenfalls europäisch-grenzüberschreitend agieren.

Über das Internet hat sich auch eine europäische Medienlandschaft entwickelt, die sowohl klassische als auch neue Medien umfasst. Englisch ist auch in der europäischen Medienlandschaft zur Verkehrssprache geworden – immer mehr Medienhäuser stellen Inhalte auf Englisch bereit, um Sichtbarkeit auf europäischer Ebene zu gewinnen.

Die starke Rolle des Klimaschutzes ermöglicht es zivilgesellschaftlichen Organisationen wie NGOs, eine wichtige Rolle bei der Wertevermittlung einzunehmen. Auch Bürgerinnen-und-Bürger-Initiativen, die sich mit Datenschutz und verantwortungsvoller künstlicher Intelligenz auseinandersetzen, genießen eine hohe Sichtbarkeit.

Die hohe Zustimmung zur EU erzeugt eine Zustimmungsdynamik, die es erschwert, eine europaskeptische Position einzunehmen und nach außen zu vertreten. Homogenisierungseffekte sind in der Bevölkerung erkennbar. Online-Kommunikation ist für alle Instanzen der Wertevermittlung ein Wirkungsverstärker. Dies gilt auch für Bildungseinrichtungen, die über digitale Infrastrukturen multiplikatorische Effekte und eine stärkere Breitenwirksamkeit erzielen können.







5.2 Szenario „Wettbewerbsmodus“

Szenario in einem Tweet

Wettbewerb als Handlungsmaxime:
In den 2030ern ist Deutschland geprägt von
einem neuen Dynamisierungsparadigma und
einem hohen Maß an Eigeninitiative in der Bevölkerung.

#Wettbewerbsmodus



Was wäre, wenn ...

- ... in den 2020er Jahren eine anhaltende Schwächeperiode der globalen Wirtschaft stattfindet?
- ... als Antwort darauf Deutschland in eine neue **Phase wirtschaftlicher Deregulierung und Dynamisierung** eintritt?
- ... sich die **Politik voll und ganz am Leitbild des Wettbewerbs** ausrichtet und dabei auch nicht vor harten Korrekturen von Marktverzerrungen zurückschreckt?
- ... zugleich **Eigeninitiative und Eigenverantwortung** zu Leitmaximen der Gesellschaft werden?

Deutschland in den 2030er Jahren

Das Deutschland der 2030er Jahre zeichnet sich durch eine hohe ökonomische Dynamik einer weitgehend digitalisierten Volkswirtschaft aus, die schnelle Transformationsprozesse und Anpassungsbedarfe für die arbeitende Bevölkerung mit sich bringt. In diesem Kontext schafft der Staat Spielregeln, die vom Leitbild des fairen Wettbewerbs mit dem größtmöglichen Grad an Marktpartizipation getragen werden. Dieses orientiert sich daran, möglichst gleiche Ausgangsbedingungen für alle Unternehmen zu schaffen. Unterstützend sind die Rahmenbedingungen – etwa über die Lenkungswirkung des Steuersystems – so ausgerichtet, dass Eigeninitiative und freie Entfaltung gefördert werden. Dies geschah unter anderem durch das in den 2020ern lancierte Programm „STAAT-UP", welches erfolgreich dazu beitrug, dass die oftmals angestrebte „neue Gründerzeit" in den 2030er Jahren Wirklichkeit geworden ist. Die Zahl der Selbstständigen und Neugründungen befindet sich auf einem Rekordhoch. Zugleich wurde auch die Eigenverantwortung gestärkt, indem das Leistungsprinzip durch ein persönliches Haftungsprinzip ergänzt wurde. Damit soll verhindert werden, dass zukünftig – wie in vorherigen Krisen – Gewinne privatisiert, Verluste aber sozialisiert werden. Wer ins unternehmerische Risiko geht (was auch Vorstandsebenen in Konzernen beinhaltet), wird bei entsprechender Leistung durch hohe Gewinne oder Einkommen belohnt, haftet aber bei starken Verlusten (oder erfolgreichen Rechtsklagen) persönlich mit. Dies hat auch geholfen, spekulative Risiken an den Finanzmärkten zu verringern. „Goldene Handschläge", hohe Abfindungen auch bei Nichterreichung der Unternehmensziele, die das Leistungsprinzip konterkarieren, sind sogar gesetzlich verboten.

Ausgangspunkt dieser weitreichenden Entbürokratisierung, Deregulierung und Dynamisierung war der Versuch, eine anhaltende Schwächeperiode der globalen Wirtschaft zu Beginn der 2020er Jahre zu überwinden. Diese wurde durch protektionistische Tendenzen sowie globale und geopolitische Krisen hervorgerufen. Deutsche und europäische Unternehmen der Digitalwirtschaft haben im Vergleich zu den 2010er Jahren enorme Aufholprozesse hingelegt und gehören nun mit zur Weltspitze. Das Paradigma des fairen Wettbewerbs mit dem größtmöglichen Grad an Marktpartizipation führte dazu, dass sich das Kartellrecht als scharfes Schwert erwies, um Oligopol- und Monopolbildungen und damit eingeschränktem Wettbewerb entgegenzuwirken. Dies war insbesondere in den Bereichen der Datenanalyse und künstlicher Intelligenz, wo Tendenzen der Macht- und Marktkonzentration durch Netzwerkeffekte technologieinhärent sind (je mehr Trainingsdaten, umso leistungsfähiger die KI, umso attraktiver die Nutzung der KI für Nutzerinnen und Nutzer, was wiederum umso mehr neue Trainingsdaten bedeutet, etc.), notwendig.

Auch die Bereitstellung bestimmter Daten als öffentliche Güter, die über eine standardisierte Schnittstelle geteilt werden müssen, dient dem Zweck der Schaffung von gleichen Ausgangsbedingungen. Das Kartellrecht findet auch im EU-Binnenmarkt strenge Anwendung. Da Frankreich – auch unter dem Druck der Straße – nicht bereit war, den deutschen Weg der weitreichenden Deregulierung und Dynamisierung mitzugehen, haben sich neue strategische Allianzen in der EU gebildet. Insbesondere mit den Niederlanden, skandinavischen und einigen osteuropäischen Partnern setzt sich Deutschland für eine strikte Anwendung des Wettbewerbsparadigmas bei der Regulierung des Binnenmarkts ein. Auch mit dem Vereinigten Königreich bestehen enge bilaterale Kontakte, ebenso mit den Vereinigten Staaten. Die konsequent vorgetragene Forderung nach einem Wettbewerb ohne Verzerrungen führt jedoch zu regelmäßigen handelspolitischen Spannungen – in wenigen Fällen mit den USA, häufiger jedoch mit China und anderen asiatischen Staaten.

Das Wirtschaftswachstum ist stabil bei hohen Investitionen in Forschung und Entwicklung. Die Schuldenbremse wird weitestgehend eingehalten, Haushaltsüberschüsse werden für Schuldenabbau, Investitionen in zukunftsträchtige Infrastrukturen und Bildung genutzt. Die Gewerkschaften und auch die Sozialverbände beklagen jedoch immer wieder, dass das Wachstum nicht bei allen ankommt und die Ungleichheit im Land zunimmt. In politischen Diskussionsrunden ist dabei der Satz zu hören, dass nicht jeder Mensch in der Lage sei, ein derart hohes Transformationstempo mitzugehen – und die „Verliererinnen“ und „Verlierer“ dieser Entwicklung auf der Strecke blieben. Unternehmensverbände verweisen als Reaktion auf die Kritik auf die Zwänge einer dynamischen und hochvernetzten Weltwirtschaft, die keine andere Wahl ließe, als selbst auf Dynamisierung zu setzen. Diese Stimmen bilden jedoch nicht den Tenor der Gesamtheit ab, da Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Wissensarbeiterinnen und -arbeiter „Leitmilieus“ der Gesellschaft bilden und beruflicher Erfolg und Wohlstand, insbesondere aus eigener Kraft, positive gesellschaftliche Resonanz erfahren. Sozialstaatliche Instrumente sind darauf ausgerichtet, Menschen so schnell wie möglich wieder in Beschäftigung zu bringen. Dieser Ansatz folgt dem Leitbild, dass Arbeitsplätze, die der Markt bietet, der beste Schutz vor Armut sind.

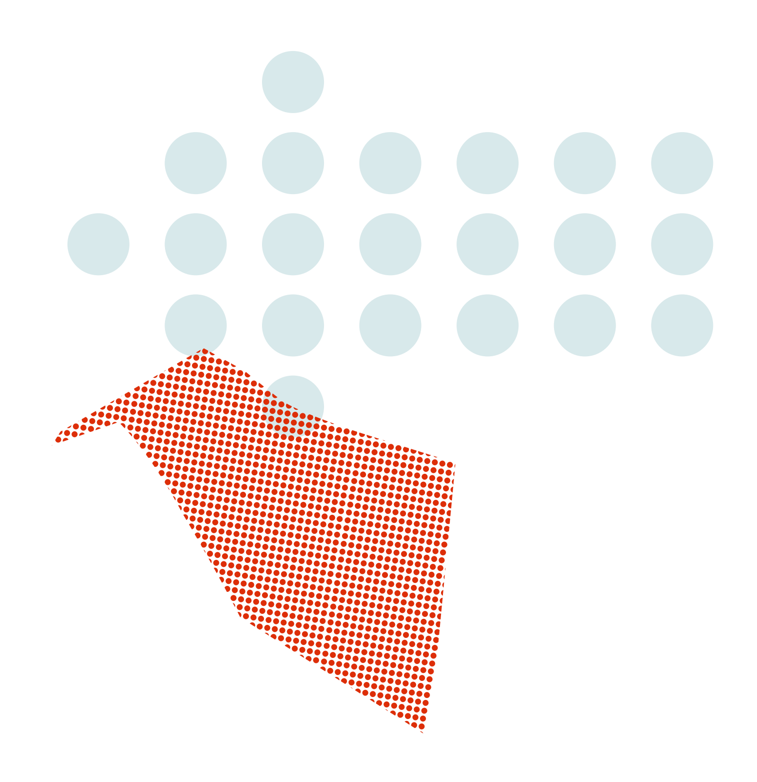
Durch das hohe weltweite Wachstum haben sich der Klimawandel und Umweltprobleme drastisch verschärft. Als Reaktion auf die – nicht nur in Europa – steigende Zahl an Extremwetterereignissen und die zunehmende Verknappung von Ressourcen ist ein großer globaler Markt rund um die Kreislaufwirtschaft sowie Nachhaltigkeitstechnologien und -lösungen entstanden, der ein reges Interesse einer zunehmenden sensibilisierten Verbraucherschaft bedient. Auch die 11. Welthandelsrunde der WTO befasst sich gezielt mit der Verknüpfung von globalem Handel und den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen, etwa durch allgemeine Zollfreiheit für CO_2-neutral produzierte und transportierte Produkte.

Der deutsche Arbeitsmarkt ist geprägt von starkem Fachkräftemangel. Um die daraus erwachsenden Effekte abzumildern, werden Automatisierungsprozesse zügig vorangetrieben. Auch ist mit der Einführung eines Mindestrenteneintrittsalters von 70 Jahren – bei gleichzeitiger Möglichkeit der Weiterbeschäftigung von älteren Arbeitnehmerinnen und -nehmern – die Zahl der Arbeitenden über 65 Jahren deutlich gestiegen. Hierzu tragen auch FinTechs, die auf Kreditvergabe für Gründerinnen und Gründer ab 60 Jahren spezialisiert sind, bei. Zudem sind gezielte Anwerbungen von Personal im Ausland ein gängiges Mittel, was jedoch oftmals zu außenpolitischen Konflikten mit den Herkunftsstaaten führt. Die wirtschaftsfreundlichen Rahmenbedingungen locken zudem viele hochmotivierte Migrantinnen und Migranten an, die ihre eigenen unternehmerischen Visionen in einem verlässlichen Rechtsstaat und einem stabilen ökonomischen Rahmen verwirklichen möchten. Zugleich machen sich jedoch auch Überforderungstendenzen in der Gesellschaft breit: Einerseits wegen des raschen ökonomischen Wandels und der fortschreitenden Automatisierung, andererseits aufgrund der rapiden demografischen Verschiebungen durch Zuwanderung. Linkspopulistische Forderungen nach radikalen Umverteilungsmechanismen gewinnen ebenso auf niedrigem Niveau an Zulauf wie rechte Gruppierungen, die gegen die hohe Zuwanderung Stimmung machen – und mittelfristig eine Gefahr für die Attraktivität des Standorts Deutschland darstellen.

Der Start-up-Boom in Deutschland, der sich weit über Berlin hinaus auch in die Flächenregionen ausdehnt, verändert auch den öffentlichen Diskurs. Wandel wird eher chancenorientiert diskutiert, Scheitern im Prozess des Ausprobierens verliert sein Stigma in der öffentlichen Wahrnehmung. Unicorn-Gründerinnen und -Gründer genießen Popstar-Status und geben Gründungs-Webinare mit hohen Klickzahlen. Jedoch müssen Biotechnologie-Gründerinnen und -Gründer mit Gegenwind rechnen, da insbesondere bürgerliche Kräfte und Kirchen die Debatte, wo in diesem Bereich die Grenzen unternehmerischer Freiheit liegen, vorantreiben und ethische Grundsatzfragen stellen.

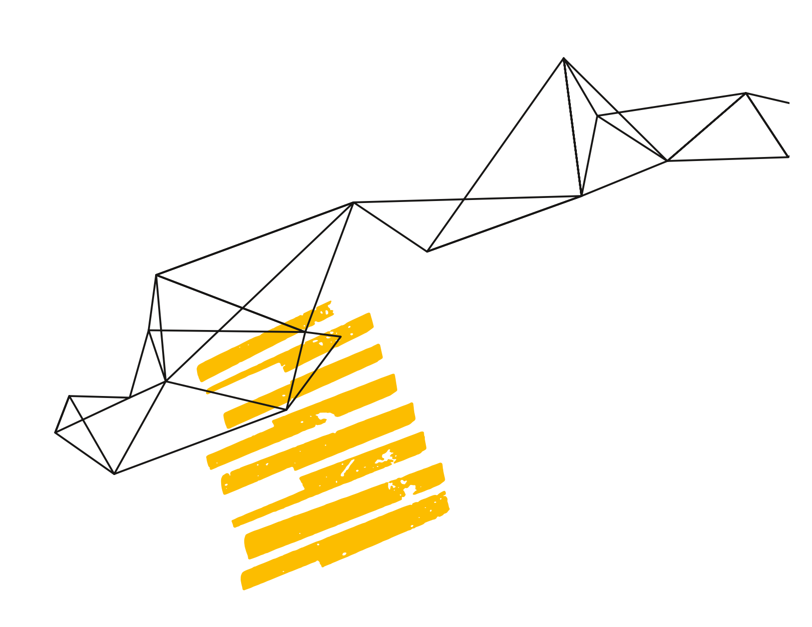
Die meisten Menschen in Deutschland orientieren sich an Leistungsprinzipien. Sie versuchen, sich dem schnellen Wandel anzupassen. Ganzheitliche Quantified-Self-Ansätze boomen, gesunde Lebensweisen mit bewusster Ernährung sind weit verbreitet. Auch im Gesundheitssystem findet das Leistungsprinzip über Bonus-Systeme Eingang, körperliche Fitness und ein gesunder Lebensstil werden über Prämien honoriert. Doch nicht alle können dauerhaft das hohe Tempo in der Arbeitswelt mitgehen. Stresserkrankungen nehmen seit Jahren kontinuierlich zu und belasten die Gesundheitssysteme. Versicherungen bieten daher für Menschen, die komplexen Tätigkeiten nachgehen, freiwillige Vorsorgefonds an, in die monatlich eingezahlt werden kann. Ebenso steigen die (lebenslangen) Investitionen in Bildung – unter anderem durch die Möglichkeit, monatlich auf ein freiwilliges Bildungskonto einzuzahlen, das bei Weiterbildungsbedarf in Anspruch genommen werden kann. Menschen, die in Niedriglohnsektoren tätig sind, besitzen jedoch häufig kein Bildungskonto oder zahlen nicht ausreichend ein, um eine gute Weiterbildung finanzieren zu können. Hierdurch verschärfen sich die Ungleichheiten in der Bildungsteilhabe, auch weil insbesondere die ohnehin schon Leistungsfähigen in der Gesellschaft dazu neigen, sich proaktiv weiterzubilden.

Da sich immer mehr ökonomische Kraft in den wirtschaftsstarken Metropolregionen bündelt, steigt das Selbstbewusstsein dieser institutionellen Ebene, was sich auch in politischen Ausverhandlungsprozessen bemerkbar macht. Schlagkräftige kommunale Netzwerke helfen, den Interessen Nachdruck zu verleihen. Getragen wird dies von einem gestiegenen Lokalpatriotismus in den Metropolregionen selbst, der sich immer häufiger auch in Abgrenzung zur nationalstaatlichen Ebene herausbildet. Gleichzeitig gibt es einen ausgeprägten Wettbewerb unter den Regionen, der auch „Verlierer“, also stark abgehängte Regionen, hervorbringt.



Signale (in der Gegenwart) für ein mögliches Eintreten des Szenarios

- Vor der COVID-19-Krise gab es weitreichende Deregulierungen in den USA durch die Trump-Regierung, das Vereinigte Königreich hegte ebenfalls Deregulierungspläne.[241] In der Krise (und unmittelbar danach) könnte es zunächst zum Aufbau eines starken Staates kommen, nach ein paar Jahren ohne neue Krise könnte genau dies aber auch wieder zu Forderungen nach weitreichenden Deregulierungen führen.
- Mehrere politische Initiativen in Deutschland und der EU zielen auf eine „neue Gründerzeit" ab.[242]
- Die Idee eines Bildungskontos wird in einigen europäischen Staaten und Regionen bereits umgesetzt, etwa im Land Oberösterreich.[243]
- Die EU-Kommission verhinderte mit Verweis auf den Wettbewerb die Fusion von Siemens und Alstom.[244]
- Die EU-Wettbewerbshüter haben 2019 zum dritten Mal eine Milliardenstrafe gegen den US-Konzern Google verhängt. Bei Suchmaschinenwerbung im Teildienst „AdSense for Search" seien andere Anbieter unerlaubterweise behindert worden. Das Unternehmen musste daher rund 1,49 Milliarden Euro Strafe zahlen. Google hatte laut EU-Kommission mehr als zehn Jahre lang seine marktbeherrschende Stellung missbraucht und anderen Unternehmen die Chancen auf fairen Wettbewerb und Innovationen verbaut.[245]



[241] DIE ZEIT (2019c).
[242] BMBF (2017).
[243] Land Oberösterreich (o. D.).
[244] Süddeutsche Zeitung (2019a).
[245] Tagesschau (2019c).

Umfeld der Wertelandschaft und Wertevermittlung



Globales Umfeld und Deutschlands Rolle in der Welt

Die internationale Verflechtung von Daten- und Warenströmen hat stark zugenommen, was auch auf die Wiederbelebung der WTO zurückzuführen ist. Dies erhöht einerseits die ökonomischen Potenziale, andererseits aber auch die Verletzlichkeit der global vernetzten Infrastrukturen und Wertschöpfungsketten. Zugleich steigt aber auch die Bereitschaft zur internationalen Kooperation. Deutschland versucht als starke Volkswirtschaft und globaler ökonomischer Knotenpunkt eine konstruktive Rolle bei der Gestaltung der komplexen und volatilen Weltwirtschaft zu spielen – und setzt sich mit europäischen Partnern für einen regelbasierten Multilateralismus ein. In diesem Kontext steigt die Bedeutung von innovativen Metropolregionen, in denen sich die Wirtschaftskraft ballt – was sich in einem gestiegenen Selbstbewusstsein und der stärkeren Berücksichtigung von Interessen der kommunalen Ebene spiegelt.



Gesellschaftliches Klima

In der Bevölkerung wird der Grad an Sicherheit und Stabilität als hoch empfunden. Dabei wird auch eine höhere Ungleichheit akzeptiert, was auf die Leitprinzipien der Eigenverantwortung und Eigenhaftung zurückzuführen ist. Die Einkommensunterschiede innerhalb Deutschlands sind in den 2030er Jahren stark angestiegen, da neben der breiten Schicht der Wissensarbeiterinnen und -arbeiter auch eine breite Dienstleistungsbranche im Niedriglohnsektor entstanden ist. Diese Unterschiede werden in der Gesellschaft weitestgehend akzeptiert, da Wohlstand und beruflicher Erfolg mit gesellschaftlicher Anerkennung verbunden sind. Die Gewerkschaften haben an Durchsetzungskraft verloren – einerseits infolge häufigerer Jobwechsel mit neuen Tätigkeitsprofilen, andererseits reduziert Konkurrenzdenken innerhalb der Belegschaften das Interesse an gewerkschaftlicher Organisation. Die Zuwanderung von Fachkräften aus dem Ausland erhöht die Diversität. Die Fachkräfte mit Migrationshintergrund verfügen meist über eine höhere Bildung als die Durchschnittsbevölkerung. Städte und ländliche Räume stehen im (harten) Wettbewerb, dies bringt Gewinner (z. T. setzen sich auch zuvor abgehängte Regionen durch Ansiedlung neuer Technologien als Gewinner durch) und Verlierer hervor, bis hin zum völligen Bedeutungsverlust strukturschwacher Regionen.



Politisches Umfeld

Die Politik orientiert sich am Regulierungsmuster des Wettbewerbsparadigmas – und stellt sich den neuen Herausforderungen und Logiken digitaler Märkte und eines digital transformierten Alltags: Es werden Spielregeln definiert, die einerseits Tendenzen der Macht- und Marktkonzentration einzäunen sollen, andererseits individuelle und unternehmerische Freiheit gewährleisten. Es geht dabei nicht nur um den Erhalt einer wettbewerblichen Marktstruktur, die individuelle Freiheit und Eigenverantwortung garantiert, sondern um ihren Ausbau. Im Spannungsfeld zwischen Konzentrationstendenzen und dem Streben nach einem grundsätzlich freieren Wirken der Marktkräfte wird das „freie Wirken“ auch bewusst eingeschränkt. Dabei werden Ausnahmesituationen geschaffen, um ein einheitliches Level Playing Field und Wahlfreiheit für die Konsumentinnen und Konsumenten zu garantieren, also Eigenverantwortung und Entfaltungsräume zu ermöglichen (z. B. Auflösung von inkompatiblen Standards, verpflichtende Öffnung von ehemals proprietären Daten).



Wirtschaftswelt, Bildung und Arbeit

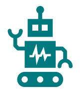
Daten sind das neue Öl und das neue Gold zugleich. Der Zugang zu Daten ist für den betriebswirtschaftlichen Erfolg wesentlich geworden. Durch die verpflichtende Öffnung von ehemals proprietären Daten werden gleiche Ausgangsbedingungen, insbesondere für KMU, am Markt ermöglicht (Zugang zu Daten und digitalen Nutzerkonten wird auf Wunsch ermöglicht, Datentreuhänder, Bereitstellung von Daten über standardisierte Plattformen). Verzerrungen, Kollusion und Absprachen durch Entscheidungen, die durch Algorithmen getroffen werden, ziehen immense Strafzahlungen nach sich. Auch wird das frühzeitige strategische

Aufkaufen von Start-ups durch Unternehmen mit hoher Marktmacht durch kartellrechtliche Leitlinien unterbunden. In der dynamischen Arbeitswelt steigen die Anforderungen an den Einzelnen und die Einzelne, sich fortlaufend weiterzubilden und neue Kompetenzen aufzubauen, um sich kurz- und mittelfristig auf dem Arbeitsmarkt zu behaupten. Unternehmertum und eigene Leistung werden belohnt. Dabei gibt es aber auch vermehrt Verliererinnen und Verlierer, die abgehängt sind in Bildung (Aufholen von Wissen) und Arbeitsmarkt (langfristig irrelevant).



Lebensalltag

Die starke Betonung des Prinzips der Eigenverantwortung hat dazu geführt, dass soziale Ungleichheiten gesellschaftlich anders wahrgenommen werden als in den 2010er Jahren. Große Einkommensunterschiede werden weitestgehend akzeptiert. Die Alltags- und Konsumwelten sind daher hochgradig unterschiedlich und gegensätzlich, mit jeweils individualisierten Produkten und Dienstleistungen für Ober- und Unterschicht, etwa autonomen Fahrzeugen, die hochgradig komfortabel sind (Wohnzimmer-Charakter), aber nur für die wohlhabenden Schichten finanzierbar sind. Diese Parallelität von Infrastrukturen zeigt sich auch im Bildungswesen, etwa durch den Boom von Privatschulen. Stresserkrankungen nehmen infolge des dynamischen Wandels der Ökonomie und Arbeitswelt zu. Zugleich sind immer mehr ältere Arbeitnehmerinnen und -nehmer im Arbeitsmarkt tätig.



Bedeutung von Technologie

Niedrigschwellige Technologien begünstigen das Prinzip der Eigenverantwortung, da der Zugang zu (hochwertigen) Bildungsinhalten erleichtert wird. Dies verschärft aber die Ungleichheiten im Bildungsbereich, da gerade die Hochqualifizierten „gelernt haben zu lernen" – und durch die gekonnte Nutzung dieser Angebote ihren Bildungsvorsprung vergrößern. Zudem ermöglichen Technologien eine bessere Integration von älteren Arbeitnehmerinnen und -nehmern, sei es durch Exoskelette oder virtuelle Assistenzsysteme. Zudem sorgt Technologie für stärkeren Wettbewerb und erhöht den Leistungsmaßstab exponentiell. Quantified Self, also der Ansatz, mittels digitaler Messung über Zahlen und Kurven zu einem gesünderen Leben zu finden, wird zum Hygienefaktor in einer komplexeren, vom Leistungsprinzip geprägten Arbeitswelt.



Die Wertelandschaft in den 2030er Jahren

Auch die Wertelandschaft befindet sich im „Wettbewerbsmodus", das Leistungsprinzip prägt die Gesellschaft. Das Paradigma der Eigenverantwortung ist in allen gesellschaftlichen Teilbereichen präsent und prägt das politische, soziale und ökonomische Denken. Es scheint beinahe unmöglich, sich diesem Paradigma zu entziehen. Dadurch ergibt sich auch in der Ausgestaltung der Wertelandschaft eine soziale Konfliktlinie hinsichtlich der Wertediskrepanz zwischen denjenigen, die sich voll und ganz dem Leistungsgedanken verschrieben haben, und denjenigen, die diesen im Kern ablehnen und sich ein anderes gesellschaftliches Miteinander wünschen.

Die prägnantesten Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario des Wettbewerbsmodus sind folgende:

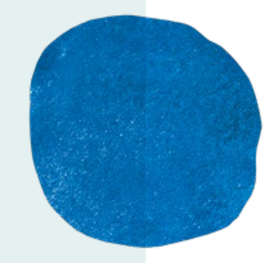
a. **Leistungsbezogene Werte** gewinnen massiv an Bedeutung, wobei sich Leistung und Status nicht nur in beruflichem Erfolg und Wohlstand ausdrücken, sondern auch im Gesundheitszustand und dem Grad der körperlichen Fitness. Ein gesunder Lebensstil oder starke sportliche Leistungen, die über soziale Medien geteilt werden, gelten ebenso wie materieller Wohlstand als Statussymbole. Der Ausweis der eigenen Leistungsfähigkeit kann auch durch bewusste Zurschaustellung **hedonistischer Werte** erfolgen; hier gibt es große Schnittmengen. Das umfassende Leistungsverständnis führt dazu, dass die Unterschiede zwischen denjenigen, die diesem Prinzip gerecht werden können, und denjenigen, die eher von der Entwicklung getrieben werden, stark zunehmen. Da aber die allermeisten nach gesellschaftlicher Anerkennung und damit dem Erreichen des Idealbilds streben, drückt sich dies nicht in alternativen Wertemustern aus. Vielmehr fühlen sich auch diejenigen, die nicht die höchsten Leistungen erbringen können, dem Leistungsprinzip verpflichtet. Der Leistungsgedanke wirkt als kollektivistisches Prinzip in einer von Individualismus geprägten Gesellschaft.

b. Dies ist auf den starken Bedeutungszuwachs der **selbstbestimmungsorientierten Werte** zurückzuführen. Eigenverantwortung wird großgeschrieben. Ein Scheitern oder fehlende Leistungsfähigkeit werden nicht äußeren Umständen angelastet, sondern dem Individuum. Eigenverantwortung wird aber im verantwortungsethischen Sinne verstanden, dass die bzw. der Einzelne für ihr bzw. sein eigenes Tun und die Folgen verantwortlich ist. Goldene Handschläge gehören in diesem Szenario der Vergangenheit an. Darüber hinaus ist das Ziel einer Selbstverwirklichung gesellschaftlich sehr präsent. Zwischen permanenter Selbstoptimierung und Selbstverwirklichung verläuft dabei ein schmaler Grat; nicht selten folgen die individuellen Ziele der Selbstverwirklichung den (wahrgenommenen) Ansprüchen der Gesamtgesellschaft. Dabei kommt es zu einer Angleichung der Leistungsziele von Individuen und Gesellschaft, was dazu führt, dass die Zielmarken weiter nach oben verschoben werden.

c. **Gestaltungsbezogene Werte** gewinnen stark an Bedeutung, da Kreativität und Innovationskraft zu zentralen Ressourcen in der Wissensökonomie werden. Offenheit und Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Technologien und deren Anwendungspotenzialen spielen dabei eine ebenso wichtige Rolle – wobei Technologien wie künstliche Intelligenz immer stärker in kreative Prozesse integriert werden.

d. **Gemeinschaftsbezogene Werte** nach dem heutigen Verständnis verlieren in diesem Szenario dagegen an Bedeutung. Stattdessen lautet die Maxime „Denkt jeder an sich, ist an alle gedacht“. Die Gesellschaft ist vom Wettbewerbsgedanken geprägt; Gemeinschaftsorientierung wird vor allem dann gelebt, wenn diese mit den individuellen Zielen kongruent ist. Unter dem Begriff der Fairness werden nicht Ausgleichsmechanismen, sondern vor allem faire Rahmenbedingungen, die allen Menschen die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung bieten, verstanden.

e. **Bewusstseinsorientierte Werte** werden ökonomisiert und dadurch neu aufgeladen. Gesundheit ist ein zentraler Bestandteil des Leistungsprinzips, da ein guter Gesundheitszustand ein Ausweis der eigenen Leistungsfähigkeit ist. Klima- und Umweltschutz werden dagegen vor allem in Marktkategorien und Geschäftsmodellen gedacht (etwa Handel mit Klimazertifikaten) und stellen bei den meisten Menschen keinen eigenen Wert an sich dar.



Die Instanzen der Wertevermittlung in den 2030er Jahren

Im Szenario des Wettbewerbsmodus kommt denjenigen Instanzen der Wertevermittlung eine tragende Rolle zu, die sinnbildlich für das Leistungsprinzip stehen.

In der beschriebenen Entwicklung kommt es zu einer Homogenisierung der Wertevermittlungsinstanzen, da diese sich vorrangig am Leistungsprinzip orientieren. Lediglich die (Kern-)Familien bilden hier eine Ausnahme, da sie als sozialer Rückzugsraum in einer vom harten dynamischen Wettbewerb geprägten Gesellschaft dienen – insbesondere für diejenigen, die dem hohen Wettbewerbsdruck nicht standhalten können. Familien übernehmen hier eine Korrektivfunktion.

Peers sind weiterhin entscheidende Instanzen für die Vermittlung von Werten; sie bilden häufig den unmittelbaren persönlichen Vergleichsrahmen. Da sich Peers häufig mit anderen Peers messen, erfolgt aus diesem Austausch eine Relevanzsteigerung leistungsbezogener Werte. Auch die effiziente Nutzung digitaler Assistenten gehört zum Nachweis der eigenen Leistungsfähigkeit – digitale Assistenzsysteme werden zur „Verlängerung des Ich“.

Insbesondere das Arbeitsumfeld wird zum Knotenpunkt der Wertevermittlung, Arbeitskulturen und der Umgang von Kolleginnen und Kollegen miteinander prägen maßgeblich die Wertesets. Dabei entstehen in einer weitgehend agil organisierten Arbeitswelt oftmals informelle Hierarchien, die sich entlang empfundener Leistungsfähigkeit herausbilden. Erfolgreiche und leistungsfähige Kolleginnen und Kollegen dienen dabei eher als Vorbild denn die formellen Führungskräfte. Erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer und Start-up-Gründerinnen und -Gründer dagegen genießen häufig Star-Status und haben hohe mediale Präsenz.

Alte Normen, wie etwa Schulnoten, gewinnen als Leistungsausweis nochmals an Bedeutung. Dabei spielt es jedoch auch eine Rolle, in welcher Bildungsinstanz die Noten erworben wurden. Die Ausdifferenzierung des Schulsystems – mit einer Vielzahl von Privatschulen – verschärft dabei den Wettbewerb.

Als Hauptverstärker dienen in diesem Szenario die sozialen Medien. Die Zurschaustellung der eigenen Leistungsfähigkeit ist zu einem (globalen) Hygienefaktor geworden, der Menschen dazu dient, als erfolgreich wahrgenommen zu werden. Dies schafft oftmals eine starke Diskrepanz zwischen gekonnter Inszenierung und der (deutlich weniger glamourösen) Realität.



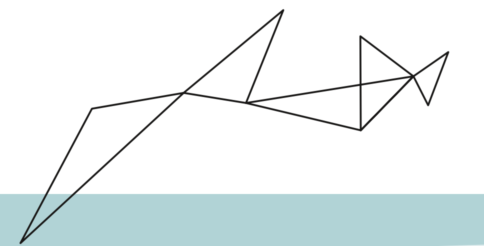
5.3 Szenario „Rückkehr der Blöcke“



Szenario in einem Tweet

Abschottung statt Exportnation:
In den 2030ern ist Deutschland geprägt von **sozialen Herausforderungen** und einem **schwierigen geopolitischen Umfeld.**

#Block



Was wäre, wenn ...

- ... sich durch Abschottungstendenzen neue **geopolitische Blöcke** formieren und diese Deglobalisierung den Alltag der Menschen und die Volkswirtschaften prägt?
- ... anstelle von globaler (digitaler) Vernetzung und universellem Zugang zu Informationen abgeschottete **„Splinternets“** entstehen?
- ... Deutschland daraufhin zwangsweise **vom Exportland zum Selbstversorger** wird?
- ... die Gesellschaft als Konsequenz daraus nicht die **Folgen der Zuwanderung,** sondern die Folgen der Abwanderung und Alterung bewältigen muss?

Deutschland in den 2030er Jahren

Abschottungstendenzen einer ehemaligen Exportnation: Deutschland in den 2030ern ist geprägt von sozialer Erosion und einem herausfordernden geopolitischen Umfeld. Waren die ökonomischen und handelspolitischen Abschottungstendenzen Ende der 2010er Jahre erste Anzeichen neuer internationaler Konfrontationslinien, so lässt sich Mitte der 2030er von einer neuen Blockbildung sprechen. Nationalismus, Protektionismus sowie gescheiterte Reformbemühungen führen zu einer wachsenden Bedeutungslosigkeit multilateraler Institutionen. Zwischenstaatliche Kooperation existiert nur noch auf Basis gleicher Weltanschauungen oder geografischer Nähe.

Die Weltwirtschaft stagniert durch das Kollabieren globaler Wertschöpfungsketten und die flächendeckende Fragmentierung globaler Kommunikationsnetze („Splinternets“). Dabei kommt es zu einer vordergründigen Paradoxie, dass Menschen einerseits keinesfalls auf digitale Technologien verzichten möchten und ihnen andererseits misstrauen. Eine Reaktion hierauf ist die Herausbildung der „Splinternets“. In dieser Gemengelage bestehen nur noch vereinzelt Bündnisse zwischen den Blöcken, um die Versorgung mit strategischen Ressourcen und Technologien sicherzustellen.

Angesichts der zunehmenden Unsicherheit rücken die europäischen Staaten bei der Sicherheitskooperation zusammen, sodass es in diesem Bereich zu einer vertieften Integration kommt. In der Praxis erweisen sich einige Länder jedoch immer wieder als anfällig, von der gemeinsamen europäischen Linie abzuweichen, sofern sie sich davon kurzfristige nationale Vorteile versprechen. Dies bedeutet für Deutschland, dass es einen verlässlichen Kern europäischer Partner gibt und eine mit Unzuverlässigkeit behaftete Peripherie. Dies spiegelt sich auch in der Zusammenarbeit in anderen Politikbereichen wider.

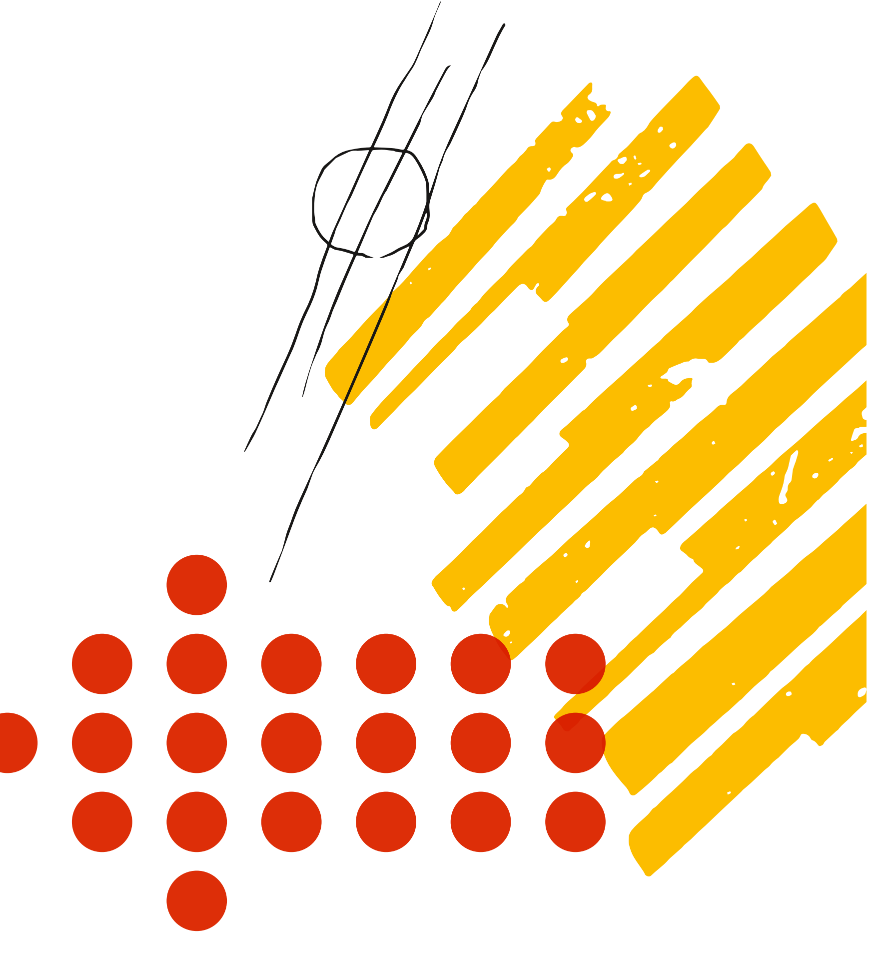
Die gravierende Einkommensungleichheit trägt zu einer Erosion sozialer Strukturen bei. Deutschland ist in einer „Sanduhr-Gesellschaft“ ohne echten Mittelstand angelangt, in der sich fehlende Chancengleichheit, gesellschaftliche Fragmentierung, das Erstarken populistischer Kräfte und ein schwächelndes politisches System manifestieren. Die vorherrschenden parallelen Lebenswelten sind geprägt durch gesellschaftliche Bruchlinien entlang ideologisch aufgeladener Themen wie Migration, Familienformen und Diversität. Einzig der Klimawandel hat sich als Konfliktfaktor abgeschwächt, auch weil die Auswirkungen in Deutschland weniger spürbar als in anderen Teilen der Welt sind. Klimaschutz dient meist der Symbolpolitik und

populistischen Lippenbekenntnissen im Sinne geopolitischer Abgrenzung.

Die Folgen einer alternden Gesellschaft wurden zu Beginn der 2020er Jahre nicht ausreichend antizipiert – der Fachkräftemangel, auch durch eine fehlgeschlagene Migrationspolitik, schwächt die Wirtschaft nachhaltig. Die seit Ende der 2020er verstärkt politisch forcierte Technologisierung und Dezentralisierung der Produktion zeigen aber inzwischen erste Wirkung. Im Privaten gestaltet sich der Einsatz von Technologie eher zurückhaltend – auch aufgrund sozioökonomischer Restriktionen.

In den entscheidenden Bereichen der öffentlichen Infrastruktur haben die nötigen Investitionen, sowohl in der Stadt als auch auf dem Land, nicht stattgefunden. Stattdessen treibt der Staat vor allem immense Investitionen in die (digitale) Verteidigung, Robotik und künstliche Intelligenz sowie Biotechnologie im militärischen Kontext voran. Die Angst vor einem „Cybergeddon"[246] mit flächendeckenden Systemausfällen ist omnipräsent. Digitales Aufrüsten für den Cyberkrieg steht daher im Fokus außenpolitischer Aktivitäten. Diese Dynamik führt, in Kombination mit der schwindenden sozialen Kohäsion, zu einem erheblichen Verlust an gefühlter, aber auch an realer Sicherheit und Stabilität.

Die Bevölkerung ist einem explosiven Mix aus äußeren Bedrohungslagen und ökonomischer Volatilität ausgesetzt. Der wachsende Rückzug ins Private führt dazu, dass Familien und Nachbarschaften zusammenrücken. Während die außenpolitischen Verhältnisse einer relativ klaren Ordnung folgen, die auch den Kern des politischen Interesses definiert, gelingt es im Inneren kaum, die Lebenssituation der Menschen entscheidend zu verbessern. Das Verlangen nach mehr gesellschaftlichem Zusammenhalt und Fortschritt liegt in der Luft. Dies gilt einerseits auf nationaler Ebene, zeigt sich andererseits aber auch in zivilgesellschaftlichen Initiativen, die „blockübergreifende" Kooperationsformen fördern möchten.



[246] Gewaltsame Umwälzung, die auf flächendeckender Sabotage von Computernetzwerken, -systemen und -aktivitäten basiert. Ein solcher Vorfall kann Elemente der digitalen Kriegsführung, von Cyberkriminalität und -terrorismus sowie von Hacktivismus beinhalten und führt zu weitreichender Desintegration internetbasierter und damit verbundener ökonomischer Systeme. Siehe Wikipedia (2019); Cambridge Center for Risk Studies (2019) und World Economic Forum (2014).



Signale (in der Gegenwart) für ein mögliches Eintreten des Szenarios

- Angespanntes geopolitisches Klima,[247] zunehmender Protektionismus und Abschottung von Märkten[248] (z. B. durch Strafzölle oder deren Androhung), erstarkender Populismus[249] und wachsende Demokratieverdrossenheit[250] trotz wirtschaftlicher Hochphase.

- In China[251], Russland[252] und im Iran[253] gibt es im Zuge von Abschottungs- und Zensurtendenzen erste Anzeichen für das Entstehen von nationalen „Splinternets".

- *„Der ‚Gap' zwischen Sicherheitswahrnehmung und -wirklichkeit nimmt zu: Trotz sich stetig verbessernder Sicherheitslage manifestiert sich ein allgemeines Unsicherheitsgefühl.[254] Treiber sind die wiederkehrende und intensivierte Berichterstattung über Einzelereignisse, die erhöhte Verfügbarkeit authentischen Bildmaterials von Kriminalitätsfällen und die verdichtete Spiegelung bestimmter Meldungen innerhalb von Meinungsblasen in sozialen Medien."* (Expertinnen- und Experteninterview 1)

- Der Fachkräftemangel[255] nimmt stetig zu und stellt ein erhebliches wirtschaftliches Risiko dar. Während sich die Bundesregierung bemüht, mehr Arbeitskräfte zur Einwanderung zu bewegen, verlassen Deutsche in größerer Zahl das Land. Die aktuellsten Zahlen dazu stammen aus dem Jahr 2017: Während 2017 rund 249.000 Bundesbürgerinnen und -bürger das Land dauerhaft verließen, zogen 167.000 Deutsche in die Bundesrepublik. Folglich ergab sich also ein negativer Wanderungssaldo von 82.000 Deutschen.[256] Einen höheren Verlust wies die amtliche Statistik noch nie aus.



[247] Center for Global Studies (2019).
[248] SPIEGEL (2019b).
[249] Deutschlandfunk (2019a).
[250] DIE ZEIT (2018b).
[251] Deutschlandfunk (2016).
[252] DIE ZEIT (2019a).
[253] Techcrunch (2019).
[254] Deutschlandfunk (2019b).
[255] DIE ZEIT (2019b).
[256] Welt (2018b).

Umfeld der Wertelandschaft und Wertevermittlung



Globales Umfeld und Deutschlands Rolle in der Welt

Multilateralismus und Globalisierung werden durch ständige Spannungen und Misstrauen abgelöst: Handelsabkommen werden aufgekündigt; WTO und OECD verlieren stetig Mitglieder und damit an Einfluss. Die EU bildet einen weitestgehend konsistenten geopolitischen Block, der jedoch vereinzelt der Einflussnahme anderer Blöcke auf instabile europäische Staaten unterliegt, die dann von einer einheitlichen europäischen Linie abweichen. In virtuellen und digitalen Räumen droht Gefahr durch ausländische Bots – eine Vielzahl von Organisationen und Individuen ist bereits Opfer solcher Angriffe geworden. Private Nutzerinnen und Nutzer und Unternehmen, sogar ganze Regionen, schotten sich daher gänzlich ab – es entstehen sogenannte „Splinternets", in denen die digitale Kommunikation auf stark eingegrenzte Umgebungen reduziert wird.



Gesellschaftliches Klima

Die Einkommensunterschiede innerhalb Deutschlands ähneln Mitte der 2030er Jahre dem Niveau der Vereinigten Staaten Ende der 2010er Jahre. Die Teilhabe am Arbeitsmarkt ist insbesondere für Mitglieder der früheren Mittelschicht stark eingeschränkt. Zwischen Stadt und Land gibt es weiterhin erhebliche Unterschiede, jedoch beginnen diese aufzuweichen. Mit der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit hat auch die Zuwanderung abgenommen, während die globalen Spannungen anwuchsen. Einige Zuwanderinnen und Zuwanderer verlassen das Land wieder, vor allem jene, die in den vorangegangenen Jahren zugezogen sind. Verstärkt wird der Effekt durch die schwindende Toleranz gegenüber Fremden. Für viele Städte bedeutet diese Dynamik eine Entlastung auf dem Wohnungsmarkt, was dadurch verstärkt wird, dass immer mehr Bürgerinnen und Bürger den ländlichen Raum für sich entdecken.



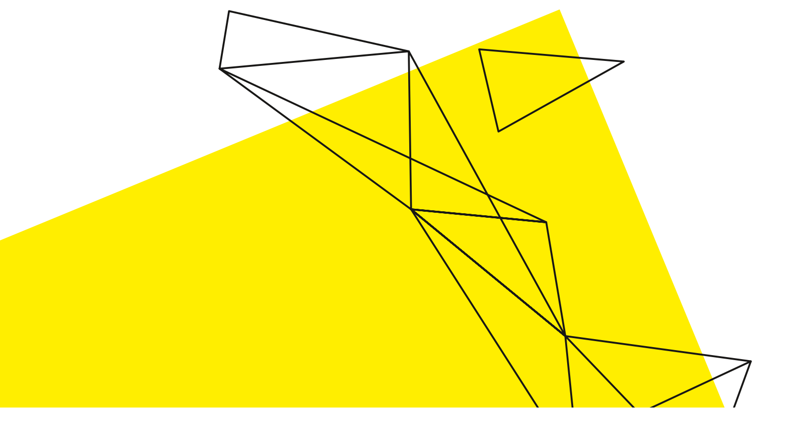
Politisches Umfeld

Bestimmt durch reaktives Verhalten und den starken Einfluss von Interessengruppen auf Regulierung und Investitionsvorhaben, prägt eine einseitige Allokation von Ressourcen die politischen Entscheidungsprozesse. Allem voran steht die aktive Industriepolitik, die nationale und blockspezifische Champions bevorzugt. Zudem mehren sich Engpässe in der Gesundheitsversorgung, dem Zugang zu Sozialdiensten und Pflege sowie zu Erholungsangeboten als Folge von Sparpolitik. Entscheidende Themen der 2010er Jahre wie Dekarbonisierung sind dagegen marginalisiert.



Wirtschaftswelt, Bildung und Arbeit

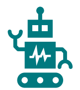
Aufgrund der politisch induzierten Regionalisierungstendenzen wurden internationale Wertschöpfungsnetze zu bilateralen oder blockspezifischen Vereinbarungen reduziert oder gänzlich zerschlagen. Globale Technologiegiganten haben weitgehend an Macht eingebüßt, sofern sie nicht Teil eines bestehenden regionalen Bündnisses sind. An ihre Stelle treten nationale und blockspezifische Champions. Trotz wiederholter Versuche, die nationale Konjunktur anzukurbeln, leidet der Markt unter den Ausfällen der exportabhängigen deutschen Industrie. Die Re-Lokalisierung der Produktion im Inland durch die Weiterentwicklung digitaler Produktionstechnologien wie des 3D-Drucks und deren Einsatz im industriellen Kontext zeigt jedoch erste positive Effekte. Zudem ist ein umfassendes Recycling von strategischen Ressourcen erforderlich – Versorgungsengpässe, z. B. bei Seltenen Erden, lassen sich jedoch nicht vermeiden.





Lebensalltag

Mit der wirtschaftlichen Schwächung der bürgerlichen Mitte sind Zweit- und Drittjobs für viele Menschen in Deutschland zur Normalität geworden. In der Folge ist die Freizeitgestaltung erheblich eingeschränkt und findet fast ausschließlich im familiären Kontext statt. Die Grundversorgung ist durch die verbleibenden Abkommen weitgehend gesichert, aber der Zugang zu bestimmten Gütern und Dienstleistungen, z. B. für Gesundheit und Mobilität, hängt von der individuellen Situation ab.



Bedeutung von Technologie

Während das Berufsleben vieler Menschen durch digitale Prozesse und autonome Systeme geprägt ist, bewältigt der Großteil der Bevölkerung den Alltag eher pragmatisch bis zurückhaltend mithilfe von Technologie: Einerseits sind virtuelle Räume und digitale Assistenten zur Informationsbeschaffung zum Standard geworden, beispielsweise beim Einkauf oder in der Kommunikation. Andererseits ist die Gerätevernetzung, die Nutzung sozialer Netzwerke und die Weitergabe persönlicher Daten eingeschränkt. Hinzu kommt, dass Technologien und Infrastrukturen, die durch Prestigeprojekte entwickelt wurden, nicht für alle Schichten zugänglich sind. So werden im Bereich der Biotechnologie im Gesundheitswesen echte Durchbrüche erzielt, die aber oft nur auf entsprechend wohlhabende Versicherte ausgerichtet sind oder auf militärische Zwecke abzielen.

Die Wertelandschaft in den 2030er Jahren

Die Konstitution der Werte im Deutschland der 2030er Jahre spiegelt den zunehmenden Blick nach innen wider: Die starken liberalen und individualistischen Tendenzen seit Beginn des 21. Jahrhunderts haben sich weitestgehend zurückgezogen, während das Bedürfnis nach einer kohärenten, vom Wohlstand geprägten Gesellschaft überwiegt. Außenpolitischen Bedrohungen und innenpolitischer sowie wirtschaftlicher Volatilität wird mit Forderungen nach Solidarität, Konformität und Abschottung begegnet. Die soziale Spaltung innerhalb der Gesellschaft führt faktisch zu einer „Demokratie der Wohlhabenden (Timokratie)“, in der der Unterschicht kaum wirtschaftliche und zeitliche Kapazitäten zur aktiven gesellschaftlichen Teilhabe bleiben.



Die prägnantesten Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario der Rückkehr der Blöcke sind folgende:

a. Der nahezu gänzliche Wegfall der Mittelschicht und die daraus folgende Zweiteilung der Gesellschaft führen zu einer erheblichen Relevanzsteigerung **gemeinschaftsbezogener Werte:** Da persönliche Bindungen ausschließlich innerhalb des eigenen Blocks stattfinden und auch dort nur im engeren Umfeld, hegen viele einen starken Wunsch nach mehr Solidarität und Zusammenhalt auf gesamtgesellschaftlicher Ebene. Themen wie Diversität und Zuwanderung wird aber in der Regel mit Ablehnung begegnet. Gemeinschaft entsteht vorrangig oberflächlich durch Schuldzuweisungen an die „gemeinsamen Gegnerinnen und Gegner“ außerhalb des Blockes (z.B. Schuld an Klimawandelfolgen, ökonomischem Einbruch etc.). Entlang sozioökonomischen Bruchlinien entstehen dennoch Minderheiten, die sich stärker an den Idealen anderer Blöcke orientieren (z.B. autokratischer Kapitalismus).

Expertinnen- und Experteninterview 1

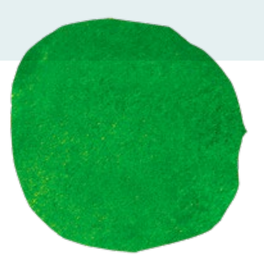
„Das Bedürfnis nach Kontrolle steht vermehrt über dem nach Freiheit. Kontrolle funktioniert nur, wenn sie für alle gilt. Die Ängstlichen (und damit die, die gezielt Angst schüren) treiben so die Veränderung für die ganze Gesellschaft.“

b. **Bewusstseinsbezogene Werte** wie Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein sind für viele Menschen nur schwer ökonomisch abbildbar und entsprechend nur relevant für die wohlhabende Elite. So sind sie einerseits Austragungsort gesellschaftlicher Konfliktlinien, andererseits werden sie zur Abgrenzung gegenüber anderen Blöcken instrumentalisiert (beispielsweise Beteiligung am Klimaschutz). Nach dem gleichen Prinzip werden auch **traditionsorientierte Werte** seit den 2010er Jahren verstärkt gelebt. Hierzu trägt die alternde Gesellschaft entscheidend bei, da in einer überalterten Gesellschaft traditionsorientierte Werte konserviert werden. Ein Element ist dabei der Nationalstolz: Er wirkt im Kontext der Informationsdiskrepanz des „Splinternet“ als Katalysator für das ideologische Messen mit anderen Blöcken.

c. Die durch das entstehende „Splinternet“ verschlechterte Informationslage beeinflusst die **politikorientierten Werte:** Die äußere Bedrohungslage führt einerseits zu einer Politisierung der Gesellschaft durch die Angst vor den konkurrierenden Systemen anderer Blöcke. Andererseits entsteht eine Homogenisierung politischer Einstellungen mit „Sicherheit“ als Leitbild von Politik und Gesellschaft. Damit kommt es zu einer Verschmelzung von norm- und politikorientierten Werten.

d. Unsicherheit und Misstrauen gegenüber Technologien sowie durch geopolitische und gesellschaftliche Bedrohungskulissen schaffen ein neues Bedürfnis nach **normorientierten Werten.** Die Bedeutung von individualistischer Freiheit und Selbstbestimmung in den 2010ern wird eingetauscht gegen Sicherheit und Stabilität, insbesondere im Sinne der ökonomischen Beständigkeit.

e. Das Ausleben **selbstbestimmungs- und gestaltungsorientierter Werte** ist innerhalb der Restriktionen des Blockes nur für die Oberschicht möglich (z.B. durch Kontakte oder finanzielle Macht). Für die meisten Menschen ist ein selbstbestimmtes Leben aufgrund der sozioökonomischen Situation und Überalterung eingeschränkt. Darüber hinaus ist die Sorge vor einem manipulativen, „unbemerkten Einfluss durch Dritte“ auf die Lebensweise ein konstanter Begleiter im Alltag.



Die Instanzen der Wertevermittlung in den 2030er Jahren

Im Szenario der Rückkehr der Blöcke ist Wertebildung erheblich fragmentierter als noch zum Ende der 2010er Jahre. Durch die Rückzugsbestrebungen vieler Menschen, die sich aus einem geschwächten Vertrauen in die staatliche Gestaltungsfähigkeit im Inneren und der externen Bedrohungslage ergeben, spielt das engere soziale Umfeld eine wachsende Rolle. Der Wunsch nach einer übergeordneten, wegweisenden Instanz ist dadurch stark ausgeprägt – autoritäre Tendenzen nehmen zu. Einzig die Abgrenzung nach außen – von den ideologischen Feindbildern anderer geopolitischer Blöcke – bildet eine Konstante.

Zugehörigkeit und Kontinuität als Leitbilder des Familienverständnisses gewinnen wieder an Bedeutung. Die Familie bietet sowohl emotionalen Rückhalt als auch Raum für momentanen Eskapismus. Die Möglichkeiten der Selbstverwirklichung in Beruf und Freizeit sind eingeschränkt, wodurch das familiäre Umfeld dem Ausleben der individuellen Selbstbestimmung dient und dementsprechend als essenziell für die Wertebildung verstanden wird. Es kann neben den klassischen Verwandtschaftsbeziehungen durchaus auch andere nahestehende Personen einbeziehen. Während der Familienbegriff also erweitert wird, nimmt die Rolle der Peers eher ab, da innerhalb abgeschotteter Blöcke wenig Raum für Nischenidentitäten bleibt. Die soziale Umgebung reduziert sich auf wenige direkte Bezugspersonen. Auf gesamtgesellschaftlicher Ebene entsteht eine Art informeller „Pseudo-Kohäsion", die aber tatsächlich nicht auf der individuellen Ebene besteht. Ideologische Leitbilder und Events wie Sportereignisse dienen als sozialer Kitt.

Insbesondere internationale zivilgesellschaftliche Organisationen verlieren an Relevanz, auch weil mit der Fragmentierung digitaler Kommunikationskanäle ein entscheidendes Organisationselement wegfällt. Zwar gibt es auf nationaler Ebene neue Akteure, diese dienen jedoch vorrangig der eindimensionalen Zielsetzung der (digitalen) Landesverteidigung (z. B. die Bundeswehr mit der Verpflichtung zum „Cyber-Wehrdienst").
Zudem bieten die ökonomischen Gegebenheiten kaum Möglichkeiten, sich außerberuflich zu engagieren.
Mit der Beschäftigung in mehreren Unternehmen bzw. durch prekäre Selbstständigkeit werden Arbeitgeberinnen und -geber immer weniger als wertebildender Ankerpunkt wahrgenommen, dem mit Identifikation und Solidarität begegnet wird. Dies geht einher mit der Abnahme individueller Selbstbestimmung.





5.4 Szenario „Tempounterschiede“

Szenario in einem Tweet

Ungewollte Bumerangeffekte:
In den 2030ern hat der Standort Deutschland infolge geringer Reformaktivität an Attraktivität verloren, während die gesellschaftliche Polarisierung zugenommen hat.

#Tempounterschiede



Was wäre, wenn ...

- ... sich die deutsche Politik **auf den Erfolgen der Vergangenheit ausruht** und wenig zukunfts- und reformorientiert handelt?
- ... gleichzeitig global operierende Firmen sich dem Standort Deutschland immer weniger verbunden fühlen und **Wachstum** nicht mehr dem Großteil der Bevölkerung zugutekommt?
- ... eine vom **digitalen Lebensstil geprägte Gesellschaft** sich zunehmend in virtuelle Welten zurückzieht und (Routine-)Entscheidungen digitalen Assistenzsystemen überträgt?
- ... der Rückzug in virtuelle Welten **Polarisierungen** verstärkt, da die Welt zunehmend in Filterblasen wahrgenommen wird?

Deutschland in den 2030er Jahren

„Die Rückkehr der Nullerjahre" – so überschreibt ein britisches Wochenmagazin seine Deutschland-Analyse der 2030er Jahre. In der Analyse heißt es, Deutschland lebe strukturell von der Substanz und zehre noch immer von seiner goldenen Dekade nach der Finanzkrise 2008. Verschleppte Reformen, schwierige Regierungskonstellationen und zunehmende Polarisierung dominieren das im Ausland wahrgenommene Bild von Deutschland. Als Hauptursache für diesen Zustand wurde das hyperbolische Diskontieren[257] der Politik in den 2020ern ausgemacht. Schmerzhafte Reform- und Anpassungsphasen auf dem Weg zu strukturellem Wandel wurden aufgrund komplizierter Mehrheitsverhältnisse in Mehrparteienkoalitionen als nicht durchsetzbar betrachtet – oder von kleineren Koalitionsparteien ganz blockiert. Deutschland verlor in der Gesamtheit schleichend an Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen Volkswirtschaften, vor allem gegenüber den Staaten, die ihre digitale Infrastruktur und Technologiekompetenz mit klarer Vision und in der Fläche ausbauten. Einige Unternehmen und Innovationscluster, insbesondere in den Metropolregionen, sind nach wie vor gut aufgestellt, hochinnovativ und können im globalen Wettbewerb mithalten. Doch zeigen sich Disparitäten zum ländlichen Raum, in dem gerade KMU das Rückgrat der Wirtschaft bilden. Diese Räume verlieren mit den fehlenden Investitionen in Infrastruktur auch an Wettbewerbsfähigkeit. Aus den Wirtschaftsverbänden kommen regelmäßige und lauter werdende Appelle zu mehr Investitions- und Reformtätigkeit an die Politik. In großen Teilen des ländlichen Raums und in den Städten, die nicht als Kreativ- oder Wachstumszentren gelten, haben sich Strukturschwächen verfestigt. Hier fehlt es an entsprechenden politischen Initiativen, da Koalitionsverträge von Mehrparteienkoalitionen meist nur Minimalziele formulieren (können).

So zeigt sich ein zweigeteiltes Bild der ökonomischen Situation in Deutschland: Einerseits gibt es wirtschaftsstarke Metropolregionen mit Innovationszentren und Standorten global tätiger Konzerne, in denen sich durch Netzwerkeffekte mehr und mehr Wirtschaftskraft bündelt und universitäre Forschung privatwirtschaftlich gefördert wird. Die dort angesiedelten großen Unternehmen denken in internationalen

[257] Unter hyperbolischem Diskontieren (Hyperbolic Discounting) versteht man das psychologische Phänomen, den kurzfristigen Vorteil vorzuziehen, auch wenn er überproportional kleiner ist als der langfristig zu erwartende Nutzen.

Maßstäben und fühlen sich nur selten den nationalen Standorten verpflichtet. Folglich ist Steuervermeidung international operierender Firmen zum Dauerthema im öffentlichen Diskurs geworden – ohne dass dadurch eine Lösung dieses Problems in Sicht wäre, da der globale Standortwettbewerb maßgeblich auch über Steueranreize für Unternehmen ausgetragen wird. Auf der anderen Seite steht ein an Wettbewerbsfähigkeit verlierender ländlicher Raum mit schwacher (digitaler) Infrastruktur und Firmen, die versuchen, aus dieser Situation das Beste zu machen. Auch intensivierte sich das Gefühl der sozialen Spaltung nicht nur als Stadt-Land-Gefälle, sondern auch als ein Resultat der zunehmenden Automatisierung und Rationalisierungsprozesse – mit der Folge, dass bei vielen Menschen durch die steigenden Arbeitslosenzahlen ein dauerhaftes Krisenbewältigungsgefühl vorherrschend ist. Das solide Wachstum, das auch durch die Produktivitätszuwächse infolge von Effizienzgewinnen durch Automatisierung zustande kommt, erreicht einen beträchtlichen Teil der Bevölkerung und auch die öffentlichen Haushalte nicht.

Deutschland sieht sich in den 2030ern mit einer neuen Realität konfrontiert: sehr ungleich verteiltem Wirtschaftswachstum, dem hohen Preis der globalen Untätigkeit in Sachen Klimaschutz, demografischen Verwerfungen und strukturell abgehängten peripheren Räumen. Das Wachstum wird größtenteils durch die neue obere Mittelschicht hochqualifizierter Wissensarbeiterinnen und -arbeiter in den global gut vernetzten Innovationszentren erwirtschaftet, in denen sich auch ein ebenso breiter Service- und Dienstleistungsniedriglohnsektor etabliert hat. Nirgendwo zeigt sich die soziale Spaltung deutlicher als in den kreativen Innovationszentren der Republik. Einerseits findet sich hier eine Wissens- und Produktionselite, die über ökonomische Sicherheit und einen hohen sozialen Status verfügt. Andererseits sehen sich viele Menschen als soziale und wirtschaftliche Verliererinnen und Verlierer.

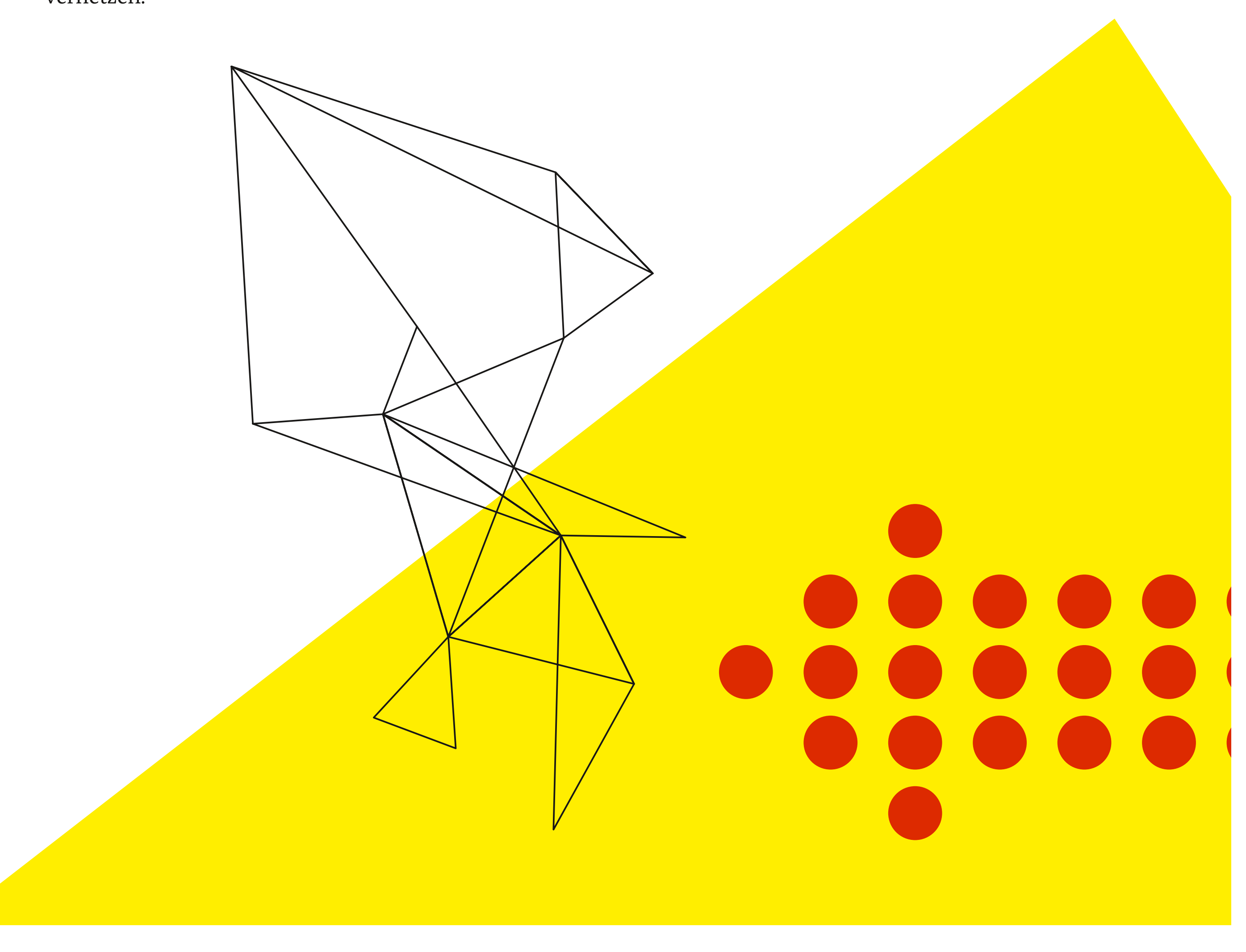
Die gesamte Gesellschaft und insbesondere die Mittelschicht sind in „Gewinnerinnen“ und „Gewinner“ sowie „Verliererinnen“ und „Verlierer“ der Entwicklung hin zur globalen wissensbasierten Ökonomie gespalten, wozu auch die Schwäche der Gewerkschaften beigetragen hat. Die Wissenselite verfügt über eine starke Verhandlungsposition und ist in der Lage, ihre Interessen individuell zu vertreten. Arbeitnehmerinnen und -nehmer der kreativen Wissensökonomie und Dienstleistungsbranche organisierten sich in den 2020er Jahren immer weniger gewerkschaftlich, sodass auch das sozialpartnerschaftliche Modell an Relevanz verlor. Betriebsräte – so sie denn gebildet werden – haben in den Unternehmen einen schweren Stand, das Gefühl der Chancenungleichheit ist vorherrschend, auch in der Unternehmenslandschaft: Firmen, die nicht in Boom-Branchen wie Digitalwirtschaft, Bauwirtschaft, Logistik, Gesundheit oder Tourismus tätig sind, handeln reaktiv bis bestandserhaltend. Ihnen fehlen der Mut und oftmals auch die Kraft, eigene Leitbilder zu entwickeln und zu verfolgen. Die deutsche Gesellschaft und Wirtschaft leben mit den Folgen des Klimawandels. Die Verteilung der Adaptionskosten ist nun Streitthema, ebenso perspektivisch die Klimamigration. Die vielen Herausforderungen im Inneren schwächen die Rolle Deutschlands in einer Welt, die durch das Fehlen eines völkerrechtlich verbindlichen Rechtsrahmens bzw. klarer Ordnungsmuster durch die Abwesenheit von hegemonialen Kräften, welche Konflikte einhegen könnten, geprägt ist.

Es mangelt an echten Visionen – wie etwa großen Fortschrittsnarrativen, langfristigen politischen Zielbildern oder neuen europäischen Perspektiven – zur Bewältigung der Herausforderungen und Krisen, die durch die Spaltung in prosperierende Zentren und ökonomisch und infrastrukturell abgehängte Regionen verursacht wurden. Die EU ist bei zentralen Fragen wie Migration, Klimaschutz oder Außenpolitik gespalten. Da in vielen Mitgliedstaaten komplizierte Mehrheitsverhältnisse herrschen, findet im Europäischen Rat eine Politik des allerkleinsten gemeinsamen Nenners statt. Die europäischen Institutionen haben sich jedoch pragmatisch an diese Umfeldbedingungen angepasst. Um Stagnation im Integrationsprozess zu vermeiden, finden die Möglichkeiten der verstärkten Zusammenarbeit und der abgestuften Integration auf der Ebene des Primärrechts (Methode „Schengen“) in spezifischen Politikfeldern vermehrt Anwendung. Die Interessenskoalitionen unter den Ländern wechseln, wobei der gemeinsame Binnenmarkt stets den kleinsten gemeinsamen Nenner unter allen Mitgliedstaaten bildet.

Die digitale Transformation umfasst immer mehr Lebensbereiche. Die den Deutschen lange nachgesagte Technologieskepsis ist nicht mehr weit verbreitet. Die meisten Menschen empfinden durch die Nutzung digitaler Technologie starke Entlastung – auch weil sie Rückzugsmöglichkeiten bietet – und sind bereit, technologische Neuerungen, sofern ein Mehrwert klar erkenntlich ist, rasch in den Alltag zu integrieren. Die schwache digitale Infrastruktur in einigen ländlichen Regionen erschwert es, diese digitalen Technologien problemfrei nutzen zu können, wodurch sich das Gefühl der Spaltung nochmals verstärkt. Technologien wie digitale Assistenten versprechen, unliebsame Arbeiten des Alltags zu übernehmen und Komplexität zu reduzieren. So werden neue Freiheiten geschaffen, wobei die körperliche und mentale Entlastung allerdings dazu führt, dass die neuen Freiräume rasch mit neuen Aktivitäten gefüllt werden – und neue Komplexität mit sich bringen, etwa Cyberrisiken. In der digital transformierten Alltags- und Geschäftswelt wird das digitale Selbstbild aktiv gestaltet. Das Grundrauschen im sich entwickelnden Internet der Dinge ist hoch. Die Menschen haben Lust, sich auszutauschen und zu vernetzen.

Die Kehrseite der Medaille zeigt sich in der Schwierigkeit, zwischen Echtheit und „Deepfakes“ bei den Inhalten in den sozialen Medien zu unterscheiden. Dabei ist es ein gängiges Mittel, Korrelationen zu Kausalitäten zu erklären. Die Wahrnehmung von Inhalten ist stark von der medialen Einordnung und dem zugrunde liegenden Deutungsmuster geprägt. In diesen „virtuellen Parallelgesellschaften“ entsteht dabei eine Landschaft von gleichzeitigen, aber widersprüchlichen Wahrheiten, die vielen Menschen aber auch Halt geben können – und auch identitätsstiftend wirken.

Deutschland befindet sich in den 2030er Jahren in einem fragilen Stadium, in dem durch Nichtbewältigung struktureller Herausforderungen perspektivisch auf einen qualitativen sozialen Kipppunkt zugesteuert werden könnte – sofern es nicht gelingt, die soziale Kohäsion zu stärken und die Innovationsfähigkeit und -begeisterung von den „Wachstumsinseln“ in die Breite zu tragen.



Signale (in der Gegenwart) für ein mögliches Eintreten des Szenarios

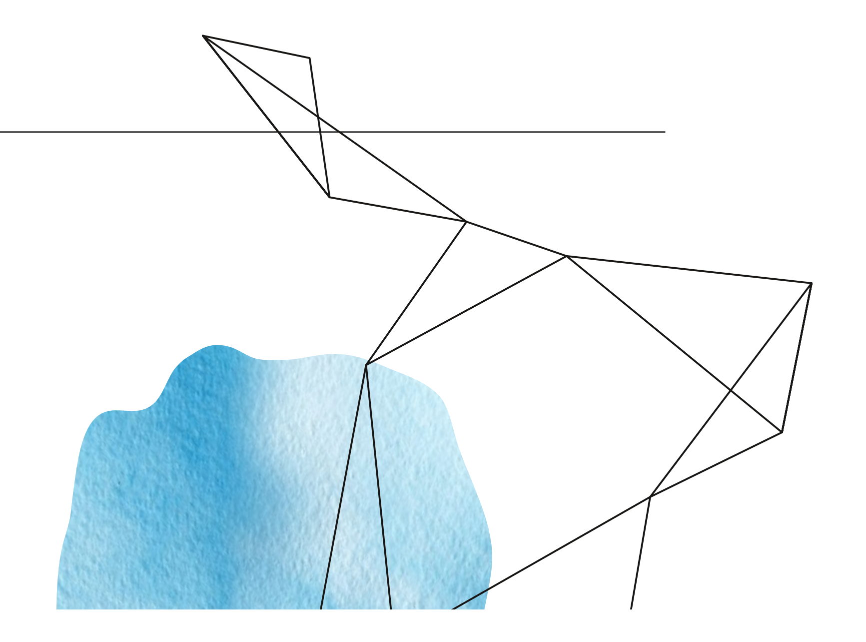
- In den Medien gibt es Analysen, dass Deutschlands „goldene Dekade“ seit der Finanzkrise 2008 zu Ende geht:[258] Galt Deutschland zu Beginn des Jahrhunderts noch als Europas kranker Mann, ist die deutsche Wirtschaft seit der Finanzkrise in keinem Jahr geschrumpft, die Arbeitslosigkeit hat sich seit Mitte der Nullerjahre halbiert. Doch nun stellt sich die Frage, wie lange der Boom anhält: Zuletzt schwächte sich das Wachstum ab. Die COVID-19-Rezession dürfte eine Erholung schwieriger machen.

- Soziale Schichten driften auch in ihrem Interessenhorizont weiter auseinander.[259] Auch Andreas Reckwitz beschreibt in „Die Gesellschaft der Singularitäten“[260, 261] die zunehmende Relevanz „kulturellen Kapitals“, die wiederum zu einer Polarisierung des Politischen führt. Es entsteht eine „neue Mittelklasse“, die durch Wirtschaftsliberalismus und Kulturkosmopolitismus geprägt ist. Darauf reagieren insbesondere die Verliererinnen und Verlierer (alte Mittelklasse und prekäre Unterschicht) dieser Entwicklung mit Schließungstendenzen. Das Allgemeine und Verbindende tritt in dieser zunehmend zersplitterten sozialen und politischen Landschaft entsprechend in den Hintergrund. Somit führt „die Fortsetzung der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung entlang persönlicher Interessen, des Weltbilds und der Geografie zu einem gesellschaftlichen ‚Long Tail‘“ (Expertinnen- und Experteninterview 18). Knapp ein Viertel der Deutschen in einer internationalen Befragung sieht diese Entwicklung auch im eigenen Verhalten.[262]

- Digitale Technologien[263] verstärken durch Filterblasen[264] und Deepfakes[265] die ohnehin bestehende Diskrepanz von Realität und Wahrnehmung[266] sozialer Realitäten – und beeinflussen damit den öffentlichen Diskurs und demokratische Entscheidungsprozesse.

- Die soziale Herkunft bestimmt in Deutschland in stärkerem Maß über den Bildungserfolg als in vielen anderen Ländern.[267] Das zeigte eine Sonderauswertung des Pisa-Tests 2015 der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD).

- Im Weißbuch zur Zukunft Europas der EU-Kommission sieht Szenario 3 den Weg „Wer will, tut mehr“ als Lösung zur Weiterentwicklung der EU vor.[268]



258 Süddeutsche Zeitung (2019b) und The Economist (2019).
259 Institut für Demoskopie Allensbach (2019b).
260 Reckwitz, Andreas (2017).
261 Deutschlandfunk (2017).
262 Ipsos (2019a).
263 Heise (2019).
264 Süddeutsche Zeitung (2018).
265 The Guardian (2019).
266 Ipsos (2019b).
267 FAZ (2018c).
268 Europäische Kommission (2017).

Umfeld der Wertelandschaft und Wertevermittlung



Globales Umfeld und Deutschlands Rolle in der Welt

Innenpolitische Spannungen und harter Standortwettbewerb von Staaten und Regionen prägen die globale Zusammenarbeit. Komplexe Mehrparteienkoalitionen in den Staaten sorgen für Diskontinuitäten – die Geopolitik wird unberechenbarer. Die Entscheidungsfähigkeit und Deutungshoheit inter- und multinationaler Institutionen wird durch eigennützige Handlungen einzelner Nationen, die sich auch gegen einstige Bündnispartner stellen, unterminiert. Europäische Institutionen handeln pragmatisch, ein „Europa der unterschiedlichen Fortschritte" hat sich herausgebildet.



Gesellschaftliches Klima

Die sich verfestigende sozioökonomische Ungleichheit geht einher mit einer Chancenungleichheit, auch mit Blick auf die Nutzung von neuen Technologien. Subgesellschaften innerhalb der Gesellschaft, die sich in ihren Filterblasen über ähnliche Ansichten und sozioökonomische Faktoren und den Wohnort definieren, haben sich vervielfacht. Es ist seltener geworden, sich mit Personen oder Ideen von außerhalb sachlich, intensiv und neutral auseinanderzusetzen – was kompromissorientierte Diskurse erschwert.



Politisches Umfeld

Zukunftsvisionen und größere Reformen, etwa zur weitreichenden Regulierung des Einsatzes künstlicher Intelligenz, scheitern oftmals an fehlendem Mut, schwieriger Umsetzbarkeit und schlicht dem Desinteresse großer Teile der Bevölkerung. Gesetzesvorlagen orientieren sich am Weg des geringsten Widerstands und des kleinsten gemeinsamen Nenners. Die Politik wird in der Bevölkerung als reaktiv wahrgenommen, zynische Positionen gegenüber der Politik sind weit verbreitet. Institutionen versuchen stabilisierend über kleine Eingriffe kurzfristige Verbesserungen des Status quo der 2030er zu erzielen, um Herausforderungen – etwa in Form demografischer Verwerfungen und der „Entleerung" des peripheren ländlichen Raumes – schrittweise zu begegnen.



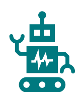
Wirtschaftswelt, Bildung und Arbeit

Die deutsche Wirtschaft wuchs bis in die 2030er Jahre auf eher niedrigem Niveau. Ehemals aufstrebende Exportnationen haben gleichgezogen und handeln vorrangig untereinander. Die Wissensökonomie, aber auch Automatisierung von Arbeit und neue Formen der Mensch-Maschine-Kollaboration führen zu einem Wandel der Arbeitswelt, der Erwerbstätige vor wachsende Unsicherheit stellt – und ihnen lebenslanges Lernen abfordert. Die Kompetenzanpassung findet allerdings nur langsam statt.



Lebensalltag

Digitale Technologien sind dort, wo es die digitale Infrastruktur zulässt, aus dem Lebensalltag nicht mehr wegzudenken. Der Lebensalltag ist digital transformiert; er ist dadurch aber nur vordergründig einfacher geworden. Die digitale Transformation vereinfacht vormals lästige Alltagsprozesse, schafft jedoch auch eine neue Komplexität auf digitaler Ebene. Die „Zeit verdichtet sich": Pflichten, Frei-, Arbeits- und Lernzeit konkurrieren miteinander. Allgemeingültige Muster der Alltagsgestaltung und Konsumgewohnheiten haben sich im Zuge der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung aufgelöst.



Bedeutung von Technologie

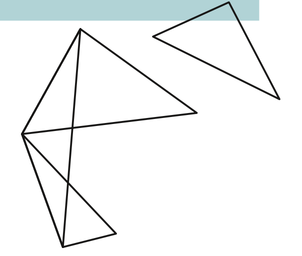
Das Internet der Dinge im Werden: Vernetzung ist bei neu gekauften Geräten der Standard. Neuartige Endgeräte, digitale Assistenten und Haushaltsrobotik werden wie selbstverständlich genutzt. Es herrscht eine wachsende Offenheit, Daten mit Dritten zu teilen, sollte dies ein Mehr an empfundenem Komfort versprechen. Teilweise werden nicht emotionale (Routine-)Entscheidungen an autonom agierende digitale Assistenten „outgesourct". Das digitale Selbstbild hat in der realen Welt an Bedeutung gewonnen und wird aktiv gestaltet (z. B. Besitz virtueller Güter im Gaming).

Die Wertelandschaft in den 2030er Jahren

Die Wertelandschaft in der Gesellschaft der Tempounterschiede der 2030er Jahre erlebt im Vergleich zum Jahr 2020 inkrementelle Verschiebungen des bestehenden Wertegerüsts. Diese Verschiebungen spiegeln die ausgeprägten gesellschaftlichen Konfliktlinien – wie etwa die Verfestigung der sozialen Ungleichheit, ausgeprägte regionale Disparitäten und Stadt-Land-Gegensätze sowie häufige Überforderung durch den dynamischen Wandel der Arbeitswelt – und die allgemeine Fragilität der sozialen Kohäsion wider. Die schwierige ökonomische Gesamtsituation sowie die gestiegene politische und soziale Komplexität führen zu (teilweise freiwilligen) Rückzugs- und Eskapismustendenzen, die wiederum als Katalysator für eine Erhöhung der Fragilität der Gesamtgesellschaft dienen. Filterblasen und Echokammern verstärken diese Effekte noch zusätzlich.

Expertinnen- und Experteninterview 6

„Nach Jahren der Verlagerung des Privaten in die (digitale) Öffentlichkeit befinden sich mehr und mehr Menschen auf dem Rückzug aus dieser ‚Pseudo-Öffentlichkeit' in kleinere, überschaubare und intimere soziale Gruppierungen. Dies dient dem persönlichen Schutz."



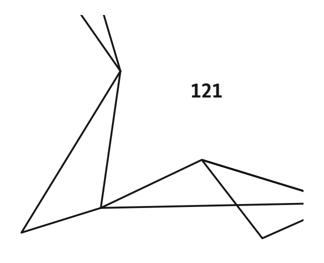
Die prägnantesten Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario der Tempounterschiede sind:

a. Es zeigt sich eine abnehmende Relevanz von **selbstbestimmungsorientierten Werten** wie Selbstorganisation und individueller Freiheit angesichts einer gefühlten Überforderung durch komplexe Alltagswelten. Digitale Assistenten setzen sich flächendeckend durch, da sich die Menschen davon Entlastung versprechen. Für viele besteht dennoch die Illusion eines selbstbestimmten Lebens. Hierbei ist auch die Tatsache entscheidend, dass nicht jeder frei bestimmen kann, ob und wofür die persönlichen Daten verwendet werden – sei es aus ökonomischem Zwang, aus Desinteresse oder mangelndem Wissen.

b. Bei den **gemeinschaftsbezogenen Werten** lässt sich konstatieren, dass die Solidarität innerhalb der Gesamtgesellschaft weiter sinkt. Die Solidarität innerhalb kleinerer Gemeinschaften nimmt dagegen zu, womit auch Polarisierungstendenzen und Abgrenzungen zu anderen Gruppen verstärkt werden. Zwischen den einzelnen Filterblasen kommt es zum Filterclash. Menschen ziehen sich in kleinere, aber verlässlichere Netzwerke zurück. Innerhalb dieser zunehmend heterogenen Gruppen herrschen unterschiedliche Kernwerte.

c. Bei den **bewusstseinsorientierten Werten** besteht eine anhaltend hohe Diskrepanz zwischen Werten und persönlichen Handlungen bezüglich Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. So gibt es hybrides Verhalten, dass einerseits Umweltschutz zwar wichtig ist, regelmäßige Flugreisen für Erlebnisse und aufgrund beruflicher Tätigkeiten aber auch. Hinzu kommt ein weitverbreiteter (NIMBY = „not in my backyard"). Das Gesundheitsbewusstsein der Menschen ist häufig durch soziale und ökonomische Zwänge geprägt, etwa durch Peers, die an die gesellschaftliche Verantwortung der bzw. des Einzelnen appellieren und so Druck erzeugen. Zudem können es sich vermehrt nur Einkommensstarke leisten, auf bewusstseinsorientierte Werte wie Nachhaltigkeit zu achten. Mit steigender sozialer Ungleichheit wird diese Situation weiter zementiert.





d. **Traditionsorientierte Werte** erleben eine Aufwertung und Neucodierung. Durch deren „Leitplanken“ erhoffen sich viele Menschen angesichts der hohen wahrgenommenen Komplexität ihrer Lebenssituation. Orientierung im Alltag und Selbstvergewisserung. Allerdings wird diese Aufwertung häufig unterschiedlich interpretiert: So gewinnen Fragen der Identität an Bedeutung, das zugrunde liegende Identitätsverständnis ist aber je nach Region stark unterschiedlich.

e. **Leistungsbezogene Werte** verlieren an manchen Orten an Relevanz, auch angesichts der Enttäuschungen, die aus der verfestigten sozialen Ungleichheit resultieren. In den Wirtschafts- und Innovationszentren werden leistungsbezogene Werte dagegen wichtiger. Auch hier erfolgt eine Ausdifferenzierung der Gesellschaft. Materieller Wohlstand ist zunehmend nichts mehr, was man sich erarbeitet (oder erarbeiten kann) – er wird „vererbt“. Auf der einen Seite gibt es diejenigen, die in die „richtige“ Familie hineingeboren wurden, auf der anderen Seite diejenigen, die abgehängt und marginalisiert sind. Immaterielle Werte gewinnen im Vergleich zu materiellen Werten wieder an Bedeutung, da hier die wahrgenommene Leistung noch eher aus eigener Kraft erfolgt. Vor diesem Hintergrund ergeben sich neue dynamische Wechselwirkungen mit anderen Wertegruppen, etwa den gestaltungsorientierten Werten.

Die Instanzen der Wertevermittlung in den 2030er Jahren

Die Instanzen der Wertevermittlung werden partikularer und „kleinteiliger“, die vertikal organisierten Top-down-Massenorganisationen der industriellen Moderne wie Gewerkschaften oder Parteien verlieren gegenüber kleineren Gruppierungen und Einzelpersonen in der digitalen und globalen Wissensgesellschaft der 2030er Jahre an Bedeutung – die Wertebildung wird deutlich heterogener. So erfolgt etwa durch Migration und Integration eine Ausdifferenzierung der Wertebildungsinstanzen, die keiner politisch induzierten Struktur folgt.

Im Zuge der Ausdifferenzierung in der Wertebildung werden kleinere Einheiten mit Bottom-up-Ansatz und niedrigschwelligem, persönlichem Zugang zu den Menschen wichtiger. Gerade die digitalen Technologien und daraus abgeleitet die Internetkommunikation ermöglichen nicht nur neue Formen der Wertebildung, sondern stärken durch ihre Multiplikatorfunktion auch bestehende Instanzen wie zivilgesellschaftliche Institutionen und Bildungseinrichtungen. Zeitgleich bringt dies aber auch neue Problemstellungen mit sich, etwa wenn mediale Verzerrungen durch Filterblasen in sozialen Netzwerken oder durch digitale Assistenten entstehen. So beeinflussen konkrete Handlungsempfehlungen durch digitale Assistenten nicht nur persönliche Einstellungen, sondern auch das tatsächliche Handeln. Damit übernehmen sie teilweise deckungsgleiche Funktionen wie Peers und Familien. Neue Technologien ermöglichen auch Gruppierungen mit hoher Nutzungskompetenz – in der Regel jüngere Menschen –, überproportional Einfluss auf den Wertebildungsdiskurs zu nehmen und so an gesellschaftlicher Gestaltungskraft zu gewinnen.

Die Wirtschafts- und Innovationszentren werden in den klassischen Medien zu „Vorbildern“ der Gesamtgesellschaft erklärt, sodass de facto die dort vorherrschenden Wertesets auch die medial vermittelten Werte sind. Dies wird jedoch durch die Tatsache konterkariert, dass durch die höhere Relevanz und Abschottungstendenzen kleinerer Gemeinschaften auch der soziale Druck steigt, im Sinne der jeweiligen Gemeinschaft zu handeln. Dadurch kommt es zu Handlungen in der Gruppe, die von individuellen Präferenzen abweichen. Angesichts der sozialen Segregation in der Gesellschaft der Tempounterschiede stehen Bildungsinstanzen und das Arbeitsumfeld vor der Herausforderung, mit den Auswirkungen der Abschottungs- und elitären Abgrenzungstendenzen wie auch den regionalen Disparitäten umzugehen.

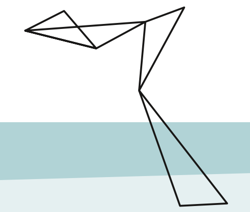


5.5 Szenario „Das Bonus-System“

Szenario in einem Tweet

Neue Zahlenfixierung:
In den 2030er Jahren übernimmt ein digitales, partizipativ ausverhandeltes Punktesystem eine zentrale politisch-gesellschaftliche Steuerungsfunktion.

#Bonus-System





Was wäre, wenn …

- … angesichts einer **erfolgreichen Nutzung des Sozialkreditsystems in China** auch andere Staaten über die Nutzung eines solches Systems diskutieren?
- … auch Deutschland darüber nachdenkt, wie ein **digitales Bonuspunktesystem** grundsätzlich **mit einer freiheitlich-demokratischen Grundordnung vereinbar** sein könnte, und letztlich ein solches System einführt?
- … das Punktesystem in der Folge eine **weitreichende Steuerungs- und Orientierungsfunktion** in einer zunehmend heterogenen Gesellschaft entwickelt?
- … Menschen in Deutschland daraufhin wichtige Lebensentscheidungen lieber auf Basis einer **algorithmischen Empfehlung** treffen, als auf die eigene Einschätzung oder den Rat ihrer Freundinnen und Freunde und Familien zu vertrauen?

Deutschland in den 2030er Jahren

Das digitale Punktesystem

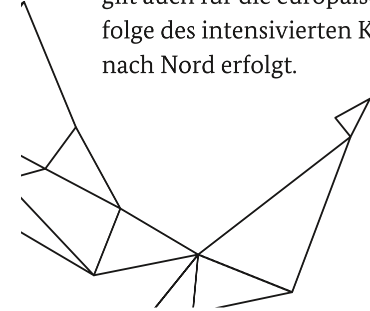
Für bestimmte Verhaltensweisen können im Punktesystem, das vom Staat betrieben wird, Punkte gesammelt werden (z. B. Ehrenamt, die Pflege Angehöriger, Organspenden, Altersvorsorge, Verkehrsverhalten, CO_2-Abdruck). Neben der sozialen Anerkennung ergeben sich durch das Punktesammeln auch Vorteile im Alltag (z. B. verkürzte Wartezeiten für bestimmte Studiengänge).

Somit können Staat und politische Institutionen bestimmte Ziele über Anreize zur Verhaltensänderung verwirklichen (z. B. Steuerung des Arbeits- und Bildungsmarkts) und auch zukünftiges Verhalten genauer prognostizieren. Bürgerinnen und Bürger bringen in der Digital Liquid Democracy Themen auf die Agenda und stimmen über kritische Fragen ab. Unternehmen haben die Möglichkeit, an das Punktesystem anzudocken und die Daten nach vorheriger Zustimmung der Bürgerinnen und Bürger (etwa personalisierte Risikoprämien) zu monetarisieren.

In den 2030er Jahren beginnt in Deutschland ein digitales, partizipativ ausverhandeltes Punktesystem, Anreize zur Verhaltensänderung zu setzen. Im Zuge des Aufstiegs Chinas wurden Punktesysteme als Instrument der Politiksteuerung weltweit mit einer Mischung aus Bewunderung und Ablehnung kontrovers diskutiert. Auch liberal-demokratische Länder debattieren darüber, ob und in welcher Form ein solches System übernommen werden sollte. Die Debatten gingen dabei weit über die Steuerung einzelner Politikfelder durch Punktesysteme – wie etwa der Einwanderungspolitik in Kanada – hinaus. Vielmehr wurde der Diskurs über eine grundsätzliche Politiksteuerung durch Punktesysteme geführt. Nach langen hochkon-

troversen Debatten entschied sich in Deutschland die Politik, mit einem zentralen digitalen Punktesystem zu arbeiten, das demokratischen Spielregeln folgt, auf Bonusanreizen beruht, die BürgerBürgerinnen und Bürger einbindet – und auf freiwillige Teilnahme setzt. Das Prinzip der Freiwilligkeit war in der Debatte vor der Einführung zentral. Kritikerinnen und Kritiker betonten in der Debatte immer wieder, dass auch ein freiwilliges System sozialen Druck zur Teilnahme erzeugt – zum Beispiel durch soziale Netzwerke und die dort vorherrschende Kultur des Vergleichens – und damit eine Utopie sei. Ähnlich wie Nichtwählerinnen und -wähler, müssen die, die freiwillig auf ihr Wahlrecht verzichten, müssen die nicht Teilnehmenden nun auch im Punktesystem mit den Entscheidungen der Mehrheit leben. Daher wird das Prinzip der Freiwilligkeit gerne von Gegnerinnen und Gegnern des Punktesystems als „Augenwischerei" bezeichnet, da man sich dem System nie vollumfänglich entziehen könne.

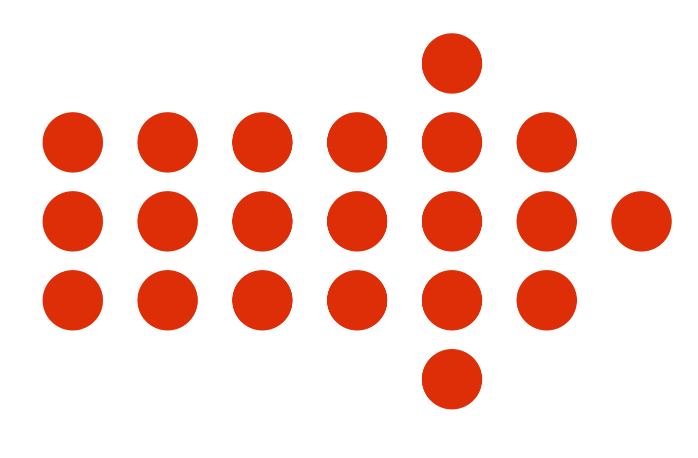
Die Zustimmung zu diesem Punktesystem stieg in Deutschland auch durch die Dynamik des Klimawandels. Dies erzeugte Handlungsdruck zum Gegensteuern, wobei sich ein Punktesystem als effizienter Steuerungsmechanismus zum Umgang mit den Folgen des Klimawandels entpuppte (z. B. durch Punktebewertung des ökologischen Fußabdrucks). Das Verursacherprinzip wurde durch das Punktesystem transparent gemacht. Zudem erwies sich das Punktesystem angesichts der guten wirtschaftlichen Situation als ein geeignetes Instrument für den Arbeitsmarkt, der von Fach- und Arbeitskräftemangel geprägt ist. Die Erschließung von Automatisierungspotenzialen führte zu einer höheren Nachfrage nach sowohl neuen komplexen Tätigkeiten als auch einfachen Dienstleistungen. Durch das Punktesystem wurden Qualifizierungspotenziale erfasst, die räumliche Mobilität von Arbeitskräften wurde effizient organisiert. Auch die Verteilung von Asylbewerberinnen und -bewerbern – inklusive deren Integration in den Arbeitsmarkt – konnte durch das Punktesystem effizienter gestaltet werden, unter anderem indem es über hohe Punkte starke Anreize für anerkannte Asylbewerberinnen und -bewerbern schafft, in (ländliche) Regionen mit Arbeitskräftemangel umzuziehen. Dies gilt auch für die europäische Binnenmigration, die infolge des intensivierten Klimawandels häufig von Süd nach Nord erfolgt.

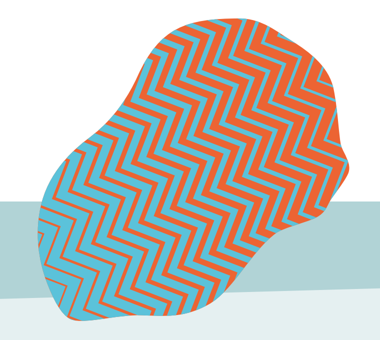


Ermöglicht wurde dies auch durch gezielte gemeinsame Forschungsanstrengungen der EU im Bereich der künstlichen Intelligenz, die einerseits einen europäischen Sonderweg (z. B. bei Datenschutz) im Umgang mit digitalen Technologien betonten, andererseits auch zu einer höheren Akzeptanz bei der Implementierung dieser Systeme zur Politiksteuerung führten.

Die konkrete Implementierung des Punktesystems war zu Beginn jedoch hochumstritten. Insbesondere die Ausverhandlung der Spielregeln des digitalen Punktesystems im Spannungsfeld aus gesellschaftlicher Akzeptanz, der konkreten Rolle des Staates und privatwirtschaftlicher Monetarisierung von Daten war in Deutschland konfliktträchtig und mündete in der Entwicklung eines Punktesystems, dessen Spielregeln partizipativ erarbeitet wurden. Das Punktesystem stößt bei einer Mehrheit der Bevölkerung in den 2030er Jahren auf Zustimmung, da es nach dem Empfinden vieler in einer komplexeren und ausdifferenzierteren Gesellschaft eine verbindende Orientierungsfunktion für verschiedene gesellschaftliche Gruppen einnimmt. Zugleich werden im Deutschland der 2030er Jahre durch das Punktesystem als Prognose- und Steuerungswerkzeug schrittweise neue Normen im Alltag verankert.

Auf der anderen Seite entstehen neue Konflikte: So fällt es den „Dauerabgehängten" schwer, niedrige Punktestände wieder auszugleichen. Das Punktesystem an sich wird nur noch von einer Minderheit in Frage gestellt, die sich aber in ihrer Position nicht repräsentiert sieht. Daher gibt es immer wieder heftige und emotionale Debatten über die konkrete Ausgestaltung und Anpassung des Systems, die mittels digitaler Direktdemokratie zur Abstimmung gestellt werden – und zugleich auch vor den Gerichten ausgefochten werden.





Signale (in der Gegenwart) für ein mögliches Eintreten des Szenarios

- Der Psychologe Gerd Gigerenzer warnt: *„Wenn wir nichts tun, wird eines Tages ein Unternehmen oder eine staatliche Institution die verschiedenen Datenbanken zu einem einzigen Sozialer-Kredit-Score zusammenführen.“*[269] Erste Schritte in diese Richtung seien getan mit der SCHUFA (z. B. Geoscoring) und Telematik-Tarifen. Eine Umfrage von YouGov zeigt bereits für die Gegenwart eine gewisse Akzeptanz auf: Jede bzw. jeder sechste Deutsche spricht sich heute für ein Sozialkredit-system wie in China aus, mit 25 % der Befragten befürworten nochmal mehr eine Belohnung für gutes Verhalten.[270] Auf die Frage „Was müsste sich in unserem Land ändern?“ gaben in der CAPI-Befragung 22 % der Befragten an: „Der Staat sollte das Verhalten stärker lenken, z. B. durch Anreize.“[271]

- Die Logik (digitaler) Punktesysteme ist auch in anderen Bereichen bereits fest im Alltag verankert, beispielsweise im Credit-System des Bologna-Prozesses der europäischen Hochschulreform. Der Soziologe Armin Nassehi zeigt auf, wie bereits im 19. Jahrhundert mithilfe von Sozialstatistiken Verhaltensmuster und Regelmäßigkeiten entdeckt wurden.[272] Die Digitalisierung habe diese Datenanalyse schlicht perfektioniert und – nach der Entstehung der Nationalstaaten und der Moderne – zu einer „dritten Entdeckung der Gesellschaft“ geführt. Die Komplexität der gesellschaftlichen Moderne sei dadurch erst sichtbar geworden.[273]

- In Deutschland gibt es bereits seit längerem „grüne Hausnummern“, etwa im Landkreis Lüneburg.[274] Eine solche wird dort verliehen, wenn Gebäude bestimmte Kriterien erfüllen. Vilshofen ging einen Schritt weiter und plante für 2020 „grüne Hausnummern“, die man bekomme, wenn man ein nachhaltiges Leben führe – beurteilt werde dies anhand von 51 Kriterien, wie etwa dem Fleischkonsum, dem Stromverbrauch und der Nutzung von ÖPNV.[275, 276]

- In dem Expertinnen- und Experteninterview 1 wurde herausgestellt, dass Menschen aus Bequemlichkeit gerne ihre Daten herausgeben und es akzeptieren, ihre Freiheit bzw. Kontrolle einzuschränken: *„Durch die Bequemlichkeit neuer Technologien ist die ‚Öffnungstendenz‘ größer als die ‚Sicherungstendenz‘.“*

- Gemäß einer 2019 veröffentlichten Studie des Versicherungskonzerns ERGO würde es jede bzw. jeder Fünfte in Deutschland begrüßen, wenn in Deutschland ein Sozialkredit-system ähnlich wie in China eingeführt würde.[277]

- Einer These von Ivan Krastev zufolge könnte die COVID-19-Krise die Attraktivität von auf Big Data basierendem Autoritarismus, wie ihn die chinesische Regierung pflegt, steigern, da man hier die Effizienz der Antwort und die Fähigkeit des chinesischen Staates gesehen hat, die Bewegungen und Verhaltensweisen seiner Bevölkerung zu kontrollieren.[278]

---

[269] Handelsblatt (2018) und Tagesspiegel (2018).
[270] YouGov (2019).
[271] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).
[272] Nassehi (2019).
[273] Nassehi (2019).
[274] Landkreis Lüneburg (o. D.).
[275] Merkur (2019).
[276] Welt (2019).
[277] Weser-Kurier (2019).
[278] Krastev (2020).

Umfeld der Wertelandschaft und Wertevermittlung



Globales Umfeld und Deutschlands Rolle in der Welt

Chinas Hegemonialmacht wurde durch technologische Durchbrüche befeuert – und mündete in einer wirtschaftlichen und technologischen Vormachtstellung auf der Weltbühne. Im Zuge dessen wurde auch in westlichen Ländern darüber debattiert, inwieweit (und ob) sich das chinesische System eines digitalen Punktesystems zur Politiksteuerung im freiheitlich-demokratischen Kontext und eigenen kulturellen Rahmen adaptieren lässt. Auf EU-Ebene gibt es gemeinsame Forschungsanstrengungen und Initiativen mit Blick auf die Chancen und Risiken der digitalen Transformation.



Gesellschaftliches Klima

Die Ausdifferenzierung der Gesellschaft erhöht den Bedarf nach Ausverhandlungs- und Steuerungsmechanismen, um eine verbindliche Orientierung für alle gesellschaftlichen Gruppen zu schaffen. Das digitale Punktesystem bietet Orientierung und Transparenz hinsichtlich der eigenen Stellung und der Aufstiegschancen. Zielkonflikte, für die noch keine Übersetzung in das Punktesystem ausverhandelt wurde, sind besonders heftig umstritten (zum Beispiel: Wie hoch ist der Startpunktstand für neu zugewanderte Menschen ohne besondere Qualifikation?). Gegnerinnen und Gegner des Systems sind mehr denn je „soziale Außenseiterinnen und Außenseiter" und haben mit Stigmatisierungen und Ablehnung zu kämpfen.



Politisches Umfeld

Die Politik nutzt das digitale Punktesystem als Prognose- und Steuerungswerkzeug zur Optimierung der Wirtschaft und Implementierung von Zielvorgaben. Eine staatliche Einrichtung verwaltet und betreibt das digitale Punktesystem. Sie ist auch dafür zuständig, die Ausverhandlung der Spielregeln dieses Systems im Sinne einer Digital Liquid Democracy zu ermöglichen. Die datenbasierte Optimierung der Daseinsvorsorge verbessert die Lebensqualität. Die Verschränkung von Staat und privaten digitalen Infrastrukturanbietern stellt jedoch den Datenschutz vor neue Herausforderungen. Eine weitere Herausforderung stellt die Tatsache dar, dass sich viele Menschen in ihrem Abstimmungsverhalten von digitalen Assistenten beraten lassen, die wiederum von Dritten ohne politisches Mandat programmiert wurden.



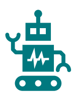
Wirtschaftswelt, Bildung und Arbeit

Wirtschaftswachstum wird durch datenbasierte Wertschöpfung gestützt. Privatwirtschaftliche Unternehmen können über eine Anwendungsprogrammierschnittstelle an das Punktesystem andocken, müssen vorher aber die Zustimmung der Nutzerinnen und Nutzer erhalten. Zudem wird die Nachvollziehbarkeit des auswertenden Algorithmus geprüft. Die Möglichkeit, den eigenen Punktestand zu optimieren, hat die Wahrnehmung der Aufstiegsperspektiven innerhalb der Bevölkerung verändert: Es besteht angesichts der Blaupausen zur Verbesserung des eigenen Punktestands der Glaube, dass der eigene Aufstieg machbar ist. Arbeit ist bestimmt durch kontinuierliche Weiterbildung und Leistungsdruck, der auch durch den Kompetenzpunktestand induziert wird.



Lebensalltag

Die wahrgenommenen Vorteile der Boni des digitalen Punktesystems überwiegen, die umfassende Transparenz jedes und jeder einzelnen Teilnehmenden wird mehrheitlich akzeptiert. Die Boni und soziale Vergleiche, die über das digitale Punktesystem umfassend möglich sind, beeinflussen Alltagsentscheidungen und Konsum (z. B. personalisierte Risikoprämien, Anreize, CO_2-arme Verkehrsmittel zu nutzen). Handlungsspielräume und die Realisierbarkeit von Lebensentscheidungen werden teilweise durch den eigenen Punktestand geprägt (z. B. Steuerung der Wohnortwahl der wachsenden Bevölkerung über Bezuschussung von Immobilieneigentum). Kritikerinnen und Kritiker sehen darin eine unzulässig große Einschränkung individueller Freiheiten. Technologische Durchbrüche im autonomen Fahren und der Ausbau von Smart-City-Infrastrukturen ermöglichen andere Tätigkeiten während der Fahrtzeit.



Bedeutung von Technologie

Ein digitales Nervensystem aus vernetzten Menschen, Geräten und kleinsten Dingen durchzieht Deutschland und ermöglicht so die Speisung des digitalen Punktesystems. Die reale und virtuelle Welt sind verschmolzen, es gibt Extremformen wie vernetzte Implantate oder synthetische Erfahrungswelten über Maschine-Gehirn-Schnittstellen. Digitale Technologien manifestieren sich als Quasi-Subjekte, denen eine Deutungshoheit eingeräumt wird und deren Fähigkeiten denen der Menschen mehr als ebenbürtig sind (z. B. algorithmische Kunst- und Kulturformen).

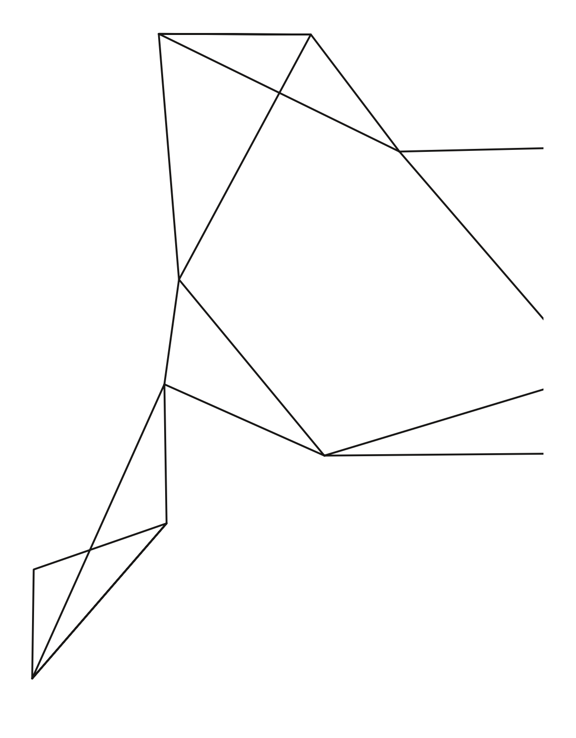


Die Wertelandschaft in den 2030er Jahren

Die Wertelandschaft im Bonus-System ist geprägt von einem digitalen Nervensystem und der Implementierung eines freiwilligen digitalen Punktesystems. Politische Ziele und persönliche Wertesets sind in diesem System nicht mehr trennscharf voneinander zu unterscheiden. Das digitale Nervensystem schafft eine umfassende Transparenz, welche die Lücke zwischen Werten und Verhalten verringert hat: Individuen können in der realen und virtuellen Welt eindeutig identifiziert werden, ihre Absichten können prognostiziert und ihre Handlungen transparent gemacht werden. Vor diesem Hintergrund kommt es einerseits zu einer weitgehenden Homogenisierung der Wertesets unter den am Punktesystem aktiv Teilnehmenden, andererseits aber auch zu einer Verschärfung der Wertediskrepanz zwischen Befürworterinnen und Befürwortern sowie Gegnerinnen und Gegnern des digitalen Punktesystems.

Expertinnen- und Experteninterview 13

„Die Bereitschaft, Aufgaben und Entscheidungen an Algorithmen abzugeben, ist bereits vorhanden und wird weiter wachsen. Der Mensch passt sich an.“



Die prägnantesten Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario des Bonus-Systems sind folgende:

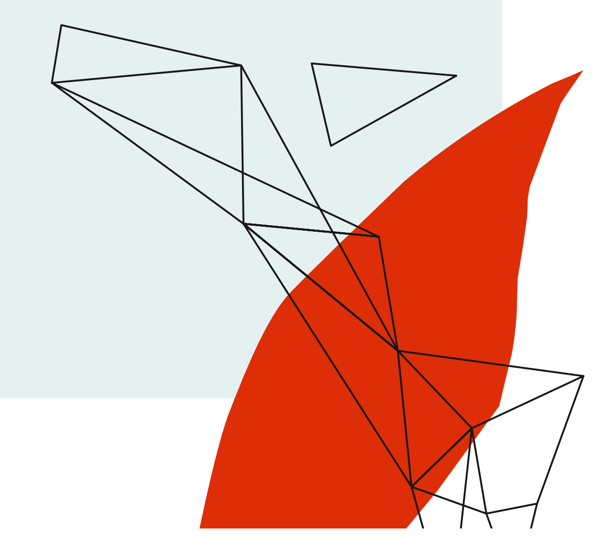
a. **Gemeinschaftsbezogene Werte** scheinen vordergründig an Bedeutung zu gewinnen, werden tatsächlich aber eher durch Punkteanreiz aufrechterhalten (was kein Indikator für eine generelle Stärkung gemeinschaftsbezogener Werte ist). Insgesamt herrscht ein hohes latentes Konfliktpotenzial, auch angesichts des Bevölkerungswachstums. Die Gesellschaft ist vom Wettbewerbsgedanken geprägt, Gemeinschaftsorientierung wird vor allem dann gelebt, wenn sich die bzw. der Einzelne einen Vorteil davon verspricht. Politik und Verwaltung schaffen mithilfe des Punktesystems Anreize für gemeinschaftsorientiertes Verhalten (zum Beispiel im Sinne der Generationengerechtigkeit oder der Integration der Klimaflüchtlinge) mit dem zentralen Ziel der Entlastung der sozialen Sicherungssysteme.

b. Auch bei **bewusstseinsbezogenen Werten** ist gemäß der gleichen Logik eine Veränderung evident. Hier kommt dem Staat ebenfalls eine zentrale Steuerungsfunktion in den Bereichen Umweltschutz und Gesundheit zu, wodurch diese eine hohe Relevanz erhalten. Die Diskrepanz zum persönlichen Verhalten ist zunehmend aufgelöst.

c. **Leistungsbezogene Werte** gewinnen deutlich an Relevanz, wobei der Leistungs- und Statusbegriff ausgeweitet wird, der eigene Punktestand wird zum Ausdruck der eigenen Leistung, des Erfolgs und Lebensstandards. Konformität mit bestimmten Verhaltensweisen und Werten führt langfristig zu Boni, die bestimmte materielle Leistungsdimensionen leichter realisierbar machen (z. B. Immobilienbesitz). Im Zuge dessen kommt es zu einer Aufwertung sozialer Tätigkeiten, etwa ehrenamtlichen Engagements oder der Pflege eines Angehörigen, die über Anreizsysteme als Leistung gefördert werden. Neben dem administrativen Interesse an Systemkonformität steigt auch der soziale Druck auf das Individuum, Leistung im Sinne der Gesellschaft zu zeigen. Diesem Druck können sich auch Individuen, die nicht am Punktesystem teilnehmen möchten, nicht gänzlich entziehen, da jedes Bonus-System implizit auch ein Malus-System ist.

d. Bei den **selbstbestimmungsorientierten Werten** wandelt sich der Wert der Selbstbestimmung – insbesondere bei den Teilnehmenden des Punktesystems wird dieser zunehmend gleichgesetzt mit Sicherheit (normorientierte Werte). Somit werden Individualismus und persönliche Freiheit nach den Maßstäben der 2010er Jahre im Punktesystem neu aufgeladen und teilweise auch aufgegeben. Es zeigt sich auch ein Kontrast zu Individuen, die nicht am Punktesystem teilnehmen: Sie betonen als Gegenposition die Selbstbestimmung jenseits der Abhängigkeiten eines Punktesystems. Über das Punktesystem hinaus führen aber auch digitale, autonom entscheidende Alltagsassistenten zu einer weitgehenden Fremdbestimmung, die auch weitreichende Lebensentscheidungen umfasst. Dies wird akzeptiert, da Algorithmen in vielen Lebensbereichen die menschlichen Fähigkeiten übertreffen.

e. **Politikorientierte Werte** erleben eine Ausdifferenzierung und gewinnen an Bedeutung. Insbesondere die Ausverhandlung über die Gestaltung der Digital Liquid Democracy und die Rolle der Privatwirtschaft in diesem System beinhalten großes Konfliktpotenzial und führen zu einer Politisierung der Bevölkerung – was im Widerspruch zur Abgabe von Entscheidungen an digitale Assistenzsysteme steht. Das Punktesystem führt zu einer „gefühlten" Wahlpflicht, da Nichtwählen als nicht gesellschaftskonform gilt.



Die Instanzen der Wertevermittlung in den 2030er Jahren

Im Szenario des Bonus-Systems treten vordergründig Widersprüchlichkeiten zutage, da mit der Einführung des Punktesystems ein politisches Steuerungsinstrument aus dem autoritären chinesischen Kontext in einem liberal-demokratischen System adaptiert wurde.

Im Szenario kommt es zu einer Harmonisierung der Wertevermittlungsinstanzen, da diese sich weitestgehend am Punktesystem orientieren. So können etwa die durch den extremen Bevölkerungszuwachs entstehenden gesellschaftlichen Spannungen bewältigt werden. Hierbei tritt ein Zirkelschluss auf: Der Diskurs über die konkrete Ausgestaltung des Punktesystems wird wertegeleitet geführt, während das Punktesystem gleichzeitig ein zentrales Element für die Vermittlung von Werten darstellt. Dadurch wird das Punktesystem per se zu einer dominanten Wertevermittlungsinstanz. Zudem besteht die Gefahr, dass sich Individuen und Organisationen zu sehr auf Prognosen und autonome Entscheidungen von Algorithmen verlassen und sich auf diese Weise selbst „entmündigen" – womit auch Algorithmen die Rolle eines indirekten Wertevermittlers einnehmen können.

Familie und Peers sind weiterhin entscheidende Instanzen für die Vermittlung von Werten, verlieren aber im Zuge der wachsenden Transparenz individuellen Verhaltens, digitaler Assistenz und kollektiver Entscheidungsfindung an Bedeutung. Digitale Assistenten, die zu Quasi-Subjekten werden, konkurrieren mit echten sozialen Kontakten. Die Korrektivfunktion von Peers und Familie wird zunehmend vom Punktesystem absorbiert. Einzig die Minderheit der „Systemverweigerinnen" und „Systemverweigerer" definiert sich über die Ablehnung des Punktesystems, folgt abweichenden Wertesets und sucht außerhalb dessen gegenseitige Bestätigung (beispielsweise durch das absichtliche Sammeln negativer Punkte).



Alte Normen wie etwa Schulnoten verlieren gegenüber neuen Normen, die im Punktesystem verankert sind, an Bedeutung. Das Punktesystem erlaubt dem Staat, über Anreize und Boni eine weitreichende dynamische Steuerungsfunktion einzunehmen – zum Beispiel bestimmte Kompetenzen über gezielte Bildungsanreize vorausschauend zu fördern. Die gleiche Systematik trifft auf die Rolle des Arbeitsumfeldes als Wertvermittler zu: Unternehmen können mithilfe von Punkteanreizen beispielsweise zur Umsetzung nachhaltigerer Wertschöpfung bewegt werden, was auch die Arbeitsweise der Angestellten entscheidend beeinflusst (beispielsweise über digitale Assistenten).

Analog zur „gefühlten" Wahlpflicht setzt der Staat Anreize für Aktivität in zivilgesellschaftlichen oder politischen Organisationen, da dies förderlich für den pluralistischen Diskurs ist und als Grundlage des sozialen Bewertungssystems angesehen wird. Nur wer hier aktiv ist, ist in der Lage, sich in die gesellschaftliche Entscheidungsfindung einzubringen. Es entstehen NGOs für digitalen Humanismus, der dafür kämpft, dass menschliche Entscheidungshoheit auch innerhalb der digitalen Transformation gewahrt bleibt.

Damit Medienakteure nicht dem Punktesystem unterliegen, nehmen sie eine weitgehend öffentlich-rechtliche Rolle ein. Für sie gilt die ausschließliche Anforderung, freien und ausgewogenen Journalismus zu betreiben – ihre inhaltliche Arbeit wird nicht beeinflusst. Im Bereich der Internetkommunikation hat die Implementierung des Punktesystems dazu geführt, dass Hasskommentare und Äußerungen mit möglicher strafrechtlicher Relevanz signifikant abgenommen haben.

In der Gesellschaft des Bonus-Systems sind alle Instanzen der Wertevermittlung über das digitale Nervensystem allgegenwärtig. Durch die omnipräsente Nutzung von Algorithmen in der Entscheidungsfindung nehmen Programmiererinnen und Programmierer und die Auswahl der Trainingsdaten eine kritische Rolle für Wertevermittlung ein, da sich deren Verzerrungen und Vorurteile in den Algorithmen spiegeln.

5.6 Szenario „Ökologische Regionalisierung“

Szenario in einem Tweet



Experimentierfieber:
In den 2030er Jahren zielen soziale Innovationen auf die Verwirklichung einer Vision eines neuen ökonomischen Paradigmas ab.

#Ökoregionalisierung



Was wäre, wenn ...

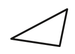
- ... sich Extremwetterereignisse vervielfachen und sich die **Angst vor dem Klimawandel** in kreative Energie und soziale Innovationen kanalisiert?
- ... sich das Wirtschaftssystem in Deutschland mehr und mehr an den **Leitbildern der Nachhaltigkeit und der Kreislaufwirtschaft** ausrichtet?
- ... sich bei der Mehrheit der Menschen ein **neues Wohlstandsverständnis** durchsetzt?
- ... eine **Regionalisierung „von unten“** stattfindet, wodurch sich auch der Trend der Urbanisierung umkehrt und der ländliche Raum unter neuen Vorzeichen wiederbelebt wird?

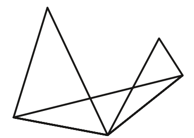
Deutschland in den 2030er Jahren

Das Deutschland der 2030er Jahre ist im Vergleich zu den 2010er Jahren nicht mehr wiederzuerkennen. Eine radikale Transformation hat sich vollzogen, basierend auf einer neuen sozial-ökologischen Ausrichtung der Marktwirtschaft. Als neue zentrale Indikatoren, an denen sich große Teile der Gesellschaft ausrichten, gelten Nachhaltigkeit, Lebensqualität, Zeitwohlstand und soziale Kohäsion. Gemessen an den alten wirtschaftlichen Parametern, wie etwa dem BIP, hat die Wirtschaftskraft Deutschlands spürbar nachgelassen, was aber von einem Großteil der Bevölkerung nicht (mehr) als Problem angesehen wird – da sich auch die gesellschaftliche Wahrnehmung von Wohlstand immens verändert hat. Kaufkraft und materieller Wohlstand sind gesunken. Auch wird Wachstum vermehrt von Ökonominnen und Ökonomen in den Kategorien eines an Nachhaltigkeitszielen orientierten, qualitativen Wachstums gedacht. Was gestern noch als Statussymbol galt, kann heute als Symbol des Gestrigen gelten. Dieser massive gesellschaftliche Wandel verlief nicht ohne Probleme, da er auch Verliererinnen und Verlierer der Transformation und starke strukturelle Umbrüche in vielen Branchen mit sich brachte.

Die Transformation erfolgte als Reaktion auf die Intensivierung der Folgen des Klimawandels, die in den 2020er Jahren überall in Deutschland und Europa zu einer Häufung von Extremwetterereignissen mit Hitzewellen, regionalen Dürreperioden, Überschwemmungen, schweren Stürmen und lokaler Wasserknappheit führte. Unter dem Eindruck dieser prägenden Ereignisse und einer – in weiten Teilen der Bevölkerung so wahrgenommenen – Handlungsschwäche der nationalen und europäischen Politik im Umgang mit dem intensivierten Klimawandel entstanden lokale Graswurzelbewegungen, die sich entweder dezentral über soziale Medien oder die zentrale Plattform „Everydays for Future!“, die aus den bereits bestehenden Netzwerken der Gründungsmitglieder der Fridays-for-Future-Bewegung hervorgegangen war, für einen effektiveren Klimaschutz organisierten. Eine der zentralen Forderungen dieser Bewegung war, das bestehende Wohlstands- und Wachstumsparadigma zu überdenken, da Ressourcenverbrauch und Umweltzerstörung die planetaren Belastungsgrenzen erreicht hätten. Klimaschutzmaßnahmen, so die Forderung, seien am besten dezentral und vor Ort umzusetzen.

Damit rannten sie in den lokalen Verwaltungen, von denen viele bereits seit Jahren den „Klimanotstand“ in ihren Städten und Gemeinden ausgerufen hatten, offene Türen ein. Die Bürgermeisterinnen und -meister griffen die Ideen der Bewegung auf und schufen lokale Plattformen zum Einbringen eigener Klimaschutzideen





oder beriefen lokale Konvente ein, zu denen Bürgerinnen und Bürger per Losverfahren berufen wurden, um mögliche Maßnahmen diskutieren zu lassen. Diese wurden in Netzwerken ausgetauscht und regionenübergreifend auf Plattformen und in kommunalen Verbänden diskutiert. Die nationale Politik reagierte auf das neue kommunale Sendungsbewusstsein, indem sie betonte, dass den Kommunen im Sinne des Art. 28 Abs. 2 GG Möglichkeiten zur Erhebung eigener Abgaben zur Verfügung stünden. Dabei zeigte sich in der Debatte darüber, dass sich in Deutschland durch den Wandel eine neue Konfliktlinie entlang der Neuverhandlung von Kompetenzen der kommunalen gegenüber der Landes- und nationalen Ebene entwickelt, etwa bei einer höheren Beteiligung der Kommunen an der Mehrwertsteuer.

Auch viele Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens wie Schauspielerinnen und Schauspieler, Kunst- und Medienschaffende, innen und Influencer sowie Sportlerinnen und Sportler solidarisierten sich mit den Ideen der Bewegung. Freiwilliger Verzicht, etwa auf Fleisch, Flugreisen oder nicht regionales Obst, Minimalismus (in Konsum und Design) und reduzierte Lebensstile erfuhren eine massive gesellschaftliche und kulturelle Aufwertung – und Hashtags wie #WenigerIstMehr trendeten in den sozialen Medien. Der mediale Druck, den die Graswurzelbewegungen und ihre Sympathisantinnen und Sympathisanten auf allen Kanälen erzeugten, war immens und stieg mit jedem neuen Extremwetterereignis. Dies führte aber auch dazu, dass gesellschaftliche Polarisierungen zunahmen. Dabei kam und kommt es zu offenen Anfeindungen von Menschen, die einen reduzierten Lebensstil ablehnen, weil sie darin eine massive Einschränkung ihrer persönlichen Freiheiten sehen. Auch Symbole eines nicht nachhaltigen Lebensstils, wie beispielsweise Motorräder, Metzgereien, Burger-Lokale oder Luxusboutiquen, wurden und werden immer wieder zum Ziel von Vandalismus oder Boykottaufrufen. Manche Kommentatorinnen und Kommentatoren in den Medien sehen daher die Gefahr einer „Klimadiktatur", in der ausschließlich nachhaltige Lebensstile als sozial zulässig angesehen würden.

Auch in den Branchenverbänden der deutschen Wirtschaft wurden die Forderungen der Everydays-for-Future-Bewegung kontrovers diskutiert. Während viele Unternehmensvertreterinnen und -vertreter derart weitreichende Vorschläge als „gefährlichen Ökopopulismus" ablehnten und Überlegungen zu Verlegungen von Produktion und Arbeitsplätzen ins Ausland anstellten (und diese teils auch vollzogen), bekannten sich andere Firmenlenkerinnen und -lenker zu ihren Heimatstandorten und erklärten, dass sie angesichts der nicht mehr zu ignorierenden Auswirkungen des Klimawandels bereit seien, Produktionsprozesse am Paradigma der Nachhaltigkeit auszurichten und darüber hinaus höhere Abgaben für den Klimaschutz zu leisten. Letztere orientieren sich am umweltrechtlichen Verursacherprinzip (Internalisierung der externen Effekte) und einer progressiven CO_2-Steuer – die als Preislösung die Mengenlösung des Emissionshandels auf EU-Ebene ergänzt. Auch die Netzwerke der Sozialunternehmen, deren Zahl in den 2020er Jahren stark gestiegen war, begrüßten dies ausdrücklich.

Dem Ansatz der dezentralen Umsetzung vor Ort folgend wurden die Klimaschutzabgaben entweder als Teil einer erhöhten Gewerbesteuer oder im Sinne des beschränkten eigenen Steuerfindungsrechts der Kommunen nach Art. 106 Abs. 6 GG als örtliche Verbrauchs- und Aufwandsteuer eingeführt. Die Ansätze dabei unterscheiden sich von Kommune zu Kommune. Dabei zeigt sich in der Praxis, dass die Einführung der Klimaabgabe und der Umgang damit Teil des kommunalen Standortwettbewerbs geworden ist. Trotz höherer Abgaben hat sich die kommunale Haushaltssituation wegen der insgesamt geringeren Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen im globalen und europäischen Markt – und der sinkenden Abgaben durch sinkende Emissionswerte – vielerorts verschlechtert. Investitionen der Kommunen werden daher mittels partizipativer Budgets geprüft und häufig dazu genutzt, (klimafreundliche bzw. klimaresiliente) Infrastrukturen und eine steuerfinanzierte Grundversorgung aufzubauen, bei der alle Bürgerinnen und Bürger Zugang zu einer Reihe kostenloser, grundlegender, öffentlicher Dienstleistungen – etwa ÖPNV oder Internet – erhalten. Infolge der partizipativen Verhandlung des Budgets werden jedoch auch Entwürfe für Prestigeprojekte wie Konzerthallen oder Museumsbauten, die potenziell Strahlkraft über die Region hinaus hätten, abgelehnt. Die Grundversorgung unterscheidet sich ebenfalls von Kommune zu Kommune, wodurch weiterhin ein regionales Gefälle in Deutschland zu sehen ist. Zugleich bilden Quartiers- und Nachbarschaftsnetzwerke soziale Infrastrukturen „von unten" und ergänzen die kommunale Daseinsvorsorge.

Auch auf europäischer Ebene stößt „The German Transformation" auf ein geteiltes Echo. Die EU-Kommission begrüßte die Entwicklungen als wichtigen Beitrag zur Erreichung der Ziele des European Green Deals, etwa der Klimaneutralität bis 2050 oder der Etablierung von Kreislaufwirtschaftsprinzipien. Während ein Teil der EU-Partnerstaaten die Entwicklungen in Deutschland skeptisch betrachtet, zeigen sich andere offen für den Wandel. Dies hat auch damit zu tun, dass die Graswurzelbewegungen grenzüberschreitend gut vernetzt sind und auch in anderen EU-Staaten große Anhängerschaft finden. Allerdings gibt es hierbei große nationale und regionale Unterschiede. Dies führt de facto zu einer Zweiteilung unter den EU-Staaten. Dabei zeigt sich, dass die Graswurzelbewegungen neue Reformimpulse für die EU „von unten" geben, die nicht im Sinne aller Mitgliedstaaten sind. So ist eine Forderung, den gesamten Binnenmarkt am Nachhaltigkeitsparadigma auszurichten, was nach Ansicht vieler Europarechtlerinnen und -rechtler eine umfangreiche Änderung der bestehenden Verträge notwendig machen würde. Änderungen finden vor allem informell oder im Bereich des eingeübten Gewohnheitsrechts statt: Das gewachsene Sendungsbewusstsein der Bürgermeisterinnen und Bürgermeister und der städtischen Netzwerke – insbesondere bei der Bekämpfung des Klimawandels – führte dazu, dass der Ausschuss der Regionen de facto zur informellen zweiten Kammer des europäischen Parlaments aufgewertet wurde. Auch das jährlich tagende „Europäische Klimaparlament der Bürgermeisterinnen und -meister" erfährt große mediale Aufmerksamkeit. Die hier formulierten Forderungen finden sich auch in einer Weiterentwicklung des European Green Deals wieder, etwa in einer stärkeren Betonung des Subsidiaritätsprinzips für das Erreichen der Ziele.

Regionale Unterschiede in Deutschland erzeugt auch ein zentraler Baustein bei der Umsetzung der Klimamaßnahmen: Gemeint ist der weiterhin starke Ausbau der dezentralen Energieversorgung mithilfe digitaler Technologie zur weitreichenden Ergänzung der zentralen Versorgungsinfrastruktur. Immer mehr Bürgerinnen und Bürger beteiligen sich über Energiegenossenschaften daran. Der Strom kommt nun kaum noch aus großen Kraftwerken, sondern aus vielen dezentralen Anlagen mit Leistungen im Kilo- oder Megawattbereich. Eine große Herausforderung war dabei die Herstellung von Versorgungssicherheit: Insbesondere in der Übergangsphase kam es immer wieder zu Stromausfällen – etwa nach der vorzeitigen Stilllegung der Braun- und Steinkohlemeiler Ende der 2020er Jahre. Der Durchbruch der dezentralen Energiesysteme gelang schließlich durch die intelligente, blockchainbasierte Vernetzung von Anlagen im Zusammenspiel von Smart Markets und Smart (Micro) Grids[279] sowie verbesserten Speichertechnologien. Insbesondere der fortschreitende Ausbau eines Internet of Things – in Kombination mit Edge Computing – ermöglichte dezentrale Smart Markets, indem es Echtzeitdaten über Erzeugung, Verbrauch und Netze lieferte. Hierdurch stieg aber auch die Anfälligkeit der Energieversorgung für Hackerangriffe. Zumeist sind die lokalen Erzeugungsstrukturen nach wie vor in ein übergeordnetes Netz eingebunden und nur in den seltensten Fällen autark. Begünstigend wirkte auch der rasche Ausbau von Prosumentinnen-und-Prosumenten-Technologien wie Solaranlagen, Wärmepumpen und solarthermischen Anlagen, der zu einem regelrechten Boom der Energieerzeugung im Eigenheim führte. Zudem wirkt auch der geringere Energieverbrauch durch bewussteren Energiekonsum einer Überlastung des Systems entgegen.

Die gesellschaftliche Transformation bringt auch überraschende Perspektivwechsel mit sich: Durch die gestiegene Bedeutung des Zeitwohlstands hat die Automatisierung in einigen Belegschaften ihren Ruf als „Job-Killer" verloren. So gibt es einige kommunale Verwaltungen, für die es mit Blick auf die Besteuerung der Arbeit keinen Unterschied macht, ob sie von Menschen oder Maschinen geleistet wird – und erheben, nicht immer unumstritten, eine Daten- und Maschinensteuer als örtliche Aufwand- und Verbrauchsteuer. Zudem werden die Potenziale der Automatisierung in manchen Firmen – viele davon genossenschaftlich organisiert – dazu genutzt, verbliebene Arbeit innerhalb der Belegschaft neu zu verteilen. Dadurch kann die Arbeitszeit für alle gesenkt werden. Da dies nicht

[279] Die Bundesnetzagentur definiert ein Smart Grid als ein konventionelles Netz, das durch informations- und regeltechnische Komponenten erweitert wurde. Dank Echtzeitdaten und darauf aufbauenden intelligenten Algorithmen und Anwendungen sowie eines Smart Markets kann die Kapazität eines solchen Netzes erhöht werden. Ein Smart Market bildet hierbei die marktwirtschaftliche Plattform, mit deren Hilfe erzeugte und verbrauchte Strommengen wirtschaftlich und effizient verteilt und liquide regionale Märkte gebildet werden können. Teilnehmernde eines solchen Marktes sind Erzeugerinnen und Erzeuger, Verbraucherinnen und Verbraucher oder auch Prosumentinnen und Prosumenten. Smart Grids und Markets helfen dabei, die Kapazität konventioneller Netze durch Erzeugungs- und Lastverlagerungen optimal auszunutzen.



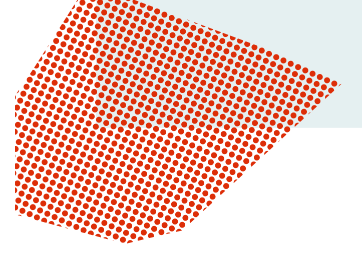
in allen Branchen gleichermaßen umsetzbar ist, entwickeln sich neue soziale Unterschiede. In den Medien ist vom neuen Phänomen der „Zeitarmut“ zu lesen. Doch dort, wo die Regelarbeitszeit gesenkt wird, werden Freiräume für Weiterbildung und Selbstverwirklichung geschaffen.

Diese sind im Kern intrinsisch und nicht zuvorderst durch monetäre Entlohnung motiviert. Der höhere Zeitwohlstand, die höhere individuelle Autonomie und das von Eigeninitiative geprägte Engagement in lokalen Bewegungen haben auch zu einem veränderten Selbstverständnis der Bürgerinnen und Bürger geführt, das eine veränderte Anspruchshaltung an Politik und Staat mit sich bringt. So wird die Grundversorgung durch zahlreiche zivilgesellschaftliche Aktivitäten ergänzt. Zugleich sehen sich aber frühere „Leistungsträgerinnen“ und „Leistungsträger“ einer kulturellen Entwertung ihrer Kompetenzen und Ambitionen ausgesetzt, was sie häufig zu Gegnerinnen und Gegnern des neuen Paradigmas werden lässt. Ablehnende Haltungen kommen auch von denjenigen, die dem Mehrwert einer Dezentralisierung skeptisch gegenüberstehen und von einer „Wiederkehr des Flickenteppichs des Deutschen Bunds“ sprechen.

Soziale Tätigkeiten und einfache Dienstleistungen erfahren dagegen eine neue Wertschätzung im Sinne ihrer Unverzichtbarkeit für das Funktionieren einer Gemeinschaft. Da der in den 2030er Jahren vorherrschende Zeitgeist nach Eigeninitiative im Sinne bürgerschaftlichen Engagements verlangt, steigt auch der „gefühlte“ soziale Druck auf die Bürgerinnen und Bürger, sich dementsprechend in ihrer Freizeit zu engagieren. Auch hat das Streben nach mehr Freiheit, Raum zur Gestaltung und Nähe zur Natur dazu geführt, dass viele Menschen aus Metropolregionen in kleinere Städte oder ländliche Gebiete zogen und diese wiederbelebten.

Signale (in der Gegenwart) für ein mögliches Eintreten des Szenarios

- Gemäß Zahlen des ARD-DeutschlandTrends vom 26. September 2019 sind knapp zwei Drittel der Wahlberechtigten (63 %) der Meinung, dass der Klimaschutz Vorrang haben sollte, selbst wenn dies dem Wirtschaftswachstum schadet.[280]
- Die CAPI-Befragung des Instituts für Demoskopie Allensbach fragte: „Was muss sich in unserem Land vor allem ändern?“ 72 % der befragten Menschen gaben an, dass es eine gerechtere Verteilung von Einkommen und Vermögen geben sollte.[281] Verschiedene Lösungsansätze werden heute diskutiert, u. a. Maschinensteuern, Reformen der Erbschaftssteuer oder auch ein (bedingungsloses) Grundeinkommen. Der Begriff des Kapitalismus ist für 52 % der Deutschen negativ belegt und nur 16 % assoziieren positive Gedanken mit dem Kapitalismus.[282]



[280] Tagesschau (2019d).
[281] Institut für Demoskopie Allensbach (2019a).
[282] YouGov (2017).

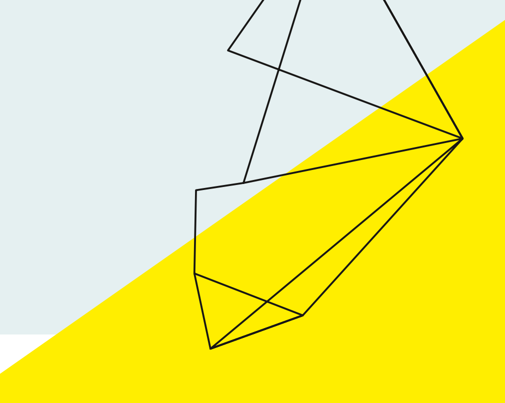
- „In kurzer Vergangenheit hat sich die Relevanz zentraler Werte wie Nachhaltigkeit, Work-Life-Balance, neue Familienmodelle, flache Hierarchien oder Sinnstiftung entscheidend verändert.“ Diese Aussage im Expertinnen- und Experteninterview 18 deutet ein Umdenken in der Gesellschaft an. Angelehnt daran zeigt sich durchaus eine Bereitschaft, ein Mehr an arbeitsfreier Zeit einem Mehr an Gehalt vorzuziehen: Eine knappe Mehrheit der Beschäftigten im öffentlichen Dienst (57 %) würde kürzere Arbeitszeiten ihrer tariflichen Gehaltssteigerung vorziehen.[283] Die BAuA-Arbeitszeitbefragung von 2018 kommt zu dem Ergebnis, dass im Jahr 2017 49 % der abhängig Beschäftigten ihre Arbeitszeit kürzen wollten (2015: 47 %).[284]

- Während es junge Singles und Zugewanderte in den letzten Jahren in die Städte gezogen hat, sind viele Familien in das bezahlbare städtische Umland abgewandert.[285] Rechnet man die Zuwanderung aus dem Ausland heraus und betrachtet nur den Wanderungssaldo der Inländerinnen und Inländer, so zeigte sich 2017, dass die sieben größten Städte Deutschlands alle an deutschen Einwohnerinnen und Einwohnern verloren haben.[286] Die Studie „Urbane Dörfer“ zeigt gesellschaftliche Keime auf, die sich aus dem Verhalten der digitalen Pioniere des urbanen Raums ablesen lassen und nicht in Statistiken sichtbar sind: Im Rahmen von Veranstaltungen und Projekten diskutieren und experimentieren sie mit dem Landleben von morgen, das alternative Formen des Zusammenlebens und Arbeitens umschließt.[287]

- Der Erfolg der Energiegenossenschaften ist auch Ausdruck des Bedürfnisses nach nachhaltigem Wirtschaften: Die Zahl der Energiegenossenschaften, die Mitglied im DGRV sind, ist von acht im Jahr 2006 auf 869 im Jahr 2018 angestiegen. Die insgesamt 183.000 Mitglieder haben 2,7 Milliarden Euro im Bereich erneuerbare Energien investiert.[288]

- Der Anteil der erneuerbaren Energien am Bruttostromverbrauch stieg von 37,8 % (2018) auf 42,1 % (2019) an, darüber hinaus wuchsen die erneuerbaren Energien auch im Wärmesektor. Der Großteil dieses Stroms wurde dabei in kleinen, dezentralen Anlagen gewonnen.[289]

- Die Stadt Tübingen hat im Januar 2020 als bundesweit erste Kommune eine neuartige Steuer auf Einwegverpackungen erhoben.[290]



[283] SPIEGEL (2019a).
[284] BAuA (2018).
[285] IW Köln (2019).
[286] IW Köln (2019).
[287] Berlin Institut (2019).
[288] DGRV (2019).
[289] Umweltbundesamt (2020) und PwC (2017).
[290] Deutschlandfunk (2020).

Umfeld der Wertelandschaft und Wertevermittlung



Globales Umfeld und Deutschlands Rolle in der Welt

Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Transformation Deutschlands stößt auf ein geteiltes Echo. Sie weckt jedoch das Interesse in einigen anderen EU-Staaten und auch global das anderer Industrienationen, die sich in den 2030er Jahren mit den Folgen des demografischen Wandels und einer sich abzeichnenden Sättigungskrise konfrontiert sehen. Es kommt zu einer „Glokalisierung" von Ideen, Meinungen und zivilgesellschaftlichen Konzepten: Regionale Einheiten vernetzen sich und stehen im grenzüberschreitenden Austausch.



Gesellschaftliches Klima

Der soziale Zusammenhalt ist auf kommunaler Ebene gestärkt, da selbstorganisierte lokale und regionale Netzwerke Probleme oftmals direkt vor Ort diskutieren und lösen. Zugleich steigt aber auch der soziale Druck, sich im Sinne der Gemeinschaft zu engagieren. Dieser Druck wird auch als übergriffig empfunden – und erzeugt bei einigen Menschen Unzufriedenheit und Gefühle der Überforderung. Menschen, die eine finanziell vielversprechende Karriere eingeschlagen hatten, sehen sich teilweise mit einer kulturellen Entwertung ihres Lebensplans und ihrer persönlichen Ziele konfrontiert. Zugleich steigt aber auch die Überzeugung bei den Menschen, dass sich politisches und gesellschaftliches Engagement lohnt.





Politisches Umfeld

Die Bedeutung kleiner ländlicher Kommunen wächst als Konsequenz der Stadtflucht an. Graswurzelbewegungen waren maßgeblich daran beteiligt, dass den Kommunen höhere Abgaben zur Verfügung stehen – wodurch ihre Bedeutung im politischen Institutionengefüge gestiegen ist und kommunale Grundversorgung ausgebaut werden kann. Die Dezentralisierung bringt auch eine Neudefinition der Bundes- und Landesebene nach dem Subsidiaritätsprinzip mit sich. Kommunale Budgets werden partizipativ verhandelt und sind in ihrem Kern darauf ausgerichtet, eine Grundversorgung zu finanzieren und eine (digitale) Daseinsvorsorge auch in dünnbesiedelten Räumen flächendeckend zu garantieren.



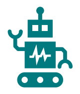
Wirtschaftswelt, Bildung und Arbeit

Deutschland befindet sich im Umbruch – von einer auf Globalisierung zugeschnittenen Wirtschaftsstruktur hin zu regionalisierten und nachhaltigeren Wirtschaftskreisläufen (Kreislaufwirtschaft). Diese weitreichende Transformation zieht (teils konfliktträchtige) Umwälzungen auf dem Arbeitsmarkt nach sich. Während die Zahl der Selbstständigen und Beschäftigten in kleineren lokalen Unternehmen steigt, kommt es zu Entlassungen in den „Verliererbranchen" der Transformation. Immer mehr Menschen und Unternehmen experimentieren mit kooperativen Wirtschaftsformen, die nicht auf die konstante Mehrung des materiellen Wohlstands ausgerichtet sind. Klassische Karriere- und Berufswege haben an Attraktivität verloren. Bildung und Kompetenzaufbau sind oftmals intrinsisch motiviert und basieren auf eigenen Interessen – und dienen somit auch der Selbstverwirklichung. Neu geschaffene Qualifikationsagenturen sollen die Menschen dabei unterstützen, Kompetenzen und Qualifikationen für neue Tätigkeiten zu erlangen.



Lebensalltag

Die Zeiten, in denen das BIP als der ökonomische Kernindikator angesehen wurde, gelten als überholt. Für die meisten Menschen sind die Zeitautonomie, die frei verfügbare Zeit, die Zeitsouveränität wie auch der Grad der Wahlfreiheit gestiegen. Die Menschen können ihr gewachsenes Zeitbudget zwischen Arbeit, Familie, Freizeit und Bildung selbstbestimmter aufteilen. Die Mitarbeit in zivilgesellschaftlichen Organisationen ist im Aufwind – auf der lokalen Ebene soll mehr bewegt werden, das eigene Nahumfeld wird gestaltet. Außerhalb der Städte finden sich dafür nötige Freiräume – und ausreichend Räumlichkeiten, in denen soziale Innovationen erprobt werden können. Reduktionistische Lebensstile gehen einher mit gesunkenem materiellen Konsum und mehr DIY-Aktivitäten. Daneben haben auch der Tourismus sowie der Personen- und Güterverkehr als Folge von Nachhaltigkeitskampagnen mit starken Einbußen zu kämpfen. Die physische Mobilität ist vorrangig auf das nahe Umfeld beschränkt, Fernreisen sind die Ausnahme. Der digitale Austausch von Informationen, Ideen und Meinungen findet allerdings weiterhin global bzw. glokal statt.



Bedeutung von Technologie

Bei Technologien werden die schöpferischen und produktiven Potenziale ausgereizt, um dezentral Leistungen zu erbringen und Bedürfnisse zu befriedigen (z. B. dezentrale Produktion von Nahrung in Kreisläufen, dezentrale Energieerzeugung, Aufwertung von gebrauchten Dingen statt Wegwerfen). Auch tragen digitale Technologien maßgeblich dazu bei, eine effektive Grundversorgung bereitzustellen und viele Verwaltungsvorgänge effizienter und transparenter zu machen. Zudem ermöglichen digitale Infrastrukturen einen höheren Grad der Teilhabe am gesellschaftlichen Leben.



Die Wertelandschaft in den 2030er Jahren

In den 2030er Jahren befindet sich Deutschland im Aufbruch in Richtung einer Gesellschaft, in der nicht nur soziale Teilhabe und ökonomische Gleichheit gestiegen sind, sondern auch der Begriff Wohlstand neu definiert ist. Nicht ökonomische Wohlstandsformen stehen im Zentrum: Lebensqualität, Nachhaltigkeit, Zeitwohlstand und soziale Kohäsion. Die neuen Gestaltungsspielräume gehen aber auch mit neuen Ängsten und Konfliktlinien einher. Im Zuge der kritischen Auseinandersetzung mit dem ehemaligen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen System kristallisierten sich in der Gesellschaft die Differenz und der zivilisierte Streit als Werte an sich heraus, welche die Graswurzelbewegungen erst ermöglichten. In der Wertelandschaft kommt es infolge dieser Entwicklungen zu strukturellen Verschiebungen sowie neuen Wechselwirkungen zwischen den Wertegruppen.

Expertinnen- und Experteninterview 18

„Wir sehen eine Zunahme von Sinn- und Werteorientierung unter Jugendlichen: Beruflichkeit wird anders verstanden; der persönliche Einsatz für gesellschaftliche und ökologische Probleme gewinnt an Bedeutung. Jugendliche zeigen sich im außerberuflichen und -schulischen Bereich sehr engagiert, leistungsbewusst und entrepreneurfreudig.“

Die prägnantesten Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario der ökologischen Regionalisierung sind folgende:

a. **Leistungsorientierte Werte** werden neu interpretiert: Leistung und Arbeit sind verstärkt gemeinschaftsorientiert und sinnstiftend und dafür weniger an materiellen Erfolg und Lebensstandard gekoppelt. Die tendenzielle gesellschaftliche Entwertung von materiellen Leistungen und Vermögen polarisiert und schafft Enttäuschung bei den Personen, die sich früher über das Leistungsprinzip und den Wert von materiellem Erfolg sowie die dazugehörigen Kompetenzen definiert haben. Die resultierende Konfliktlinie verläuft entlang der Repräsentationslogik von (angestrebtem) Status. Ungleichheit ist in dieser Gesellschaft weniger über die Dimensionen von Einkommen und Vermögen definiert und zementiert als entlang der Dimensionen von „kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital". Symbolisches Kapital in Form von Anerkennung und Prestige wird über immaterielle Leistungen und Beiträge für die lokale Gemeinschaft akkumuliert.

b. Die Relevanz **bewusstseinsbezogener Werte** ist deutlich gestiegen, die sinnvolle Verwendung von Zeit gewinnt an Wert: Die Menschen stellen sich vermehrt (Sinn-)Fragen. Was kommt nach dem materiellen Konsum? Wie setze ich meine Zeit sinnvoll ein? Der Verzicht auf materiellen Konsum und der Wandel von Präferenzen wird dabei durch bewusstseinsbezogene Werte begründet: Respekt vor der Natur und den planetaren Grenzen und daraus resultierende Themen wie klimafreundliches Handeln, „ethische Ernährung" oder „grüne Digitalisierung" sind in der Breite der Bevölkerung angekommen. Hedonistische Werte stehen im Zeichen reduktionistischer Lebensstile und werden im Sinne von maßvollem Genuss, Selbstgenügsamkeit und vernunftgeleiteter Eigeneinschränkung neu aufgeladen. Die Menschen arbeiten nicht *(mehr)* nur, um selbstbestimmt mit *(mehr)* Geld *(mehr)* konsumieren zu können, sondern um möglichst selbstbestimmt maßvollen Genuss und Sinn zu erleben.

c. **Soziale und gemeinschaftliche Werte** verfestigten sich innerhalb lokaler Gemeinschaften, die sich im ländlichen Raum und in Kleinstädten herausbilden. In Großstädten sind dies tendenziell Stadtteile, da sie überschaubare Einheiten darstellen. Die Reichweite gemeinschaftsbezogener Werte, etwa Solidarität, ist in hohem Maße von räumlicher Nähe abhängig (z. B. Nachbarschaft oder Quartier). Es gibt zwar die Möglichkeit, sich durch Umzüge geografisch und sozial zu verändern, das gewohnte Umfeld, in dem man sich (seit Jahren bereits) einbringt, wird allerdings bevorzugt. Die Präferenz für langjährige und stabile Kontaktnetzwerke überwiegt, lokale Beziehungsnetzwerke wachsen und verfestigen sich, die Interaktionsdichte steigt. Die breite Grundversorgung hat dabei in vielen Regionen Tele-Angebote geschaffen, die ehemalige Anlässe zum Umzug substituiert haben. Im Ausleben von sozialen Werten wie Partner- und Freundschaften müssen Individuen kontextabhängig und in Abhängigkeit von ihren Gegenübern verschiedene Rollen einnehmen und ihre eigenen Wertvorstellungen vertreten. Innerhalb der räumlich beschränkten Gemeinschaften werden allerdings Selbstbestätigungstendenzen und eine Homogenisierung der dortigen Wertelandschaft begünstigt. In der Folge wird die eigene **Selbstbestimmung** teilweise untergeordnet, da eine pflichtbewusste und gelebte Verantwortung gegenüber der lokalen Gemeinschaft besteht: Es wird erwartet, dass man seine Kompetenzen bestmöglich einbringt und der Logik der Graswurzelbewegungen folgt. Zudem gibt es aber auch Polarisierungs- und Parallelisierungstendenzen der Wertelandschaft auf gesamtgesellschaftlicher Ebene, da eine Auseinandersetzung über Werte auf dieser Ebene seltener erfolgt (gemeinschaftsbezogene Werte).

d. Zwischen **leistungsorientierten, gemeinschaftsbezogenen und gestaltungsorientierten Werten** entstehen neue Wechselwirkungen: Leistungsorientierte Werte werden dabei im Sinne der Gemeinschaft bewertet. Das eigene Wirken wird auf die lokale Gemeinschaft und nicht auf die gesamte Gesellschaft kanalisiert. Die Beurteilung des eigenen Status und der eigenen Leistung erfolgt dabei vorrangig innerhalb des kleinen Referenzrahmens der lokalen Gemeinschaft und nicht auf gesamtgesellschaftlicher Ebene. Durch die postmaterielle Deutung leistungsorientierter Werte ergibt sich in der Wechselwirkung auch eine Neuaufladung gestaltungsbezogener Werte: vom ökonomisierten Schaffenszwang hin zu der Freiheit, kreativ zu sein.

e. Im Zuge des gesellschaftlichen Diskurses und aufkeimender Graswurzelbewegungen, welche ein hohes Maß an Offenheit und Aufgeschlossenheit einfordern, gewinnen **gestaltungsorientierte Werte** an Relevanz: Offenheit für Neues, Aufgeschlossenheit, Kreativität und Neugierde sind Grundvoraussetzungen, um ein anerkanntes Mitglied dieser Gesellschaft der 2030er Jahre zu werden. Daran anknüpfend werden politikorientierte Werte jenseits tradierter politischer Strukturen gelebt und alternative Formate lokaler, partizipativer Politikgestaltung gestärkt.

Die Instanzen der Wertevermittlung in den 2030er Jahren

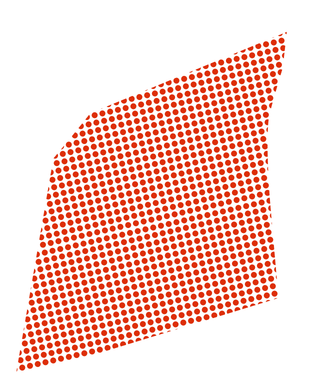
In diesem Szenario sind lokale Gemeinschaften entstanden und die Interaktionsdichte zwischen Menschen hat sich deutlich erhöht. Der Austausch in lokalen Gemeinschaften ist maßgeblich für die Entwicklung der Wertelandschaft. Statt über Top-down-Instanzen der Wertevermittlung spricht man in diesem Szenario über Instanzen der Wertebefähigung: Bildungseinrichtungen, politische und zivilgesellschaftliche Organisationen und klassische Medien bieten ein moderiertes Forum zum Aushandeln von Werten. Ziel ist es, sie als mündige Gestalterinnen und Gestalter zu befähigen, an der Transformation der Wertelandschaft in einer Postwachstumsgesellschaft zu partizipieren.

Gemeinsame Interessen und Visionen im Rahmen des neuen Wohlstandsparadigmas bringen Menschen zusammen und stabilisieren als Kitt zwischenmenschliche Beziehungen. Dieser Kitt sorgte dafür, dass ehemalige kleinere Konflikte in der Gemeinschaft ausverhandelt werden konnten. Allerdings verschärft und zementiert die resultierende Gruppendynamik die soziale Ausgrenzung von Individuen, die Außenseiterpositionen vertreten oder alte „fossile" Statussymbole offen zur Schau stellen. Die Dauerhaftigkeit familiärer und freundschaftlicher Beziehungen hat, aufgrund geringerer Anreize, den Heimatort zu verlassen, deutlich zugenommen. Es gibt im Vergleich zu den 2010er Jahren mehr historisch gewachsene Beziehungen, die einen hohen Einfluss auf die Wertebildung ausüben. In diesem Zuge wird auch der Familienbegriff erheblich erweitert. Die Grenzen zwischen Familie und langjährigen Peers verschwimmen, da die emotionale Nähe zu diesen Peers im Zeitverlauf wächst.

Im Zuge der Graswurzelbewegungen entstehen neue Freizeitorganisationen und soziale Organisationen. Diese haben im Vergleich zu den 2010er Jahren an Zulauf gewonnen und damit eine Relevanzsteigerung für die Wertebildung erfahren. Zivilgesellschaftliches Engagement ergänzt die staatliche Grundversorgung. Es bilden sich von Bürgerinnen und Bürgern geführte lokale Genossenschaften und Tauschbörsen heraus, die dezentral soziale Dienstleistungen wie etwa Kinder- oder Altenbetreuung erbringen und einen wichtigen Beitrag zur Energieversorgung liefern. Durch Gegenseitigkeit und die Erfahrung der Selbstwirksamkeit im lokalen Umfeld wird eine Wertebildung im Sinne einer Gesellschaft, in der nicht ökonomische Wohlstandsformen im Zentrum stehen, befördert.

Digitale Technologien vernetzen vor allem das lokale, unmittelbare Umfeld und erlauben es, große Distanzen und Zeitzonen zu überwinden. Es bilden sich für unterschiedlichste Spezialthemen und -fragen glokale Online-Communitys heraus – Online-Communitys aus Gleichgesinnten, die in einem grenzüberschreitenden Austausch stehen. Diese digitalen Kontakte können dabei intensiver sein als die zu Personen, die in Deutschland außerhalb der eigenen Region leben und andere Visionen und Werte vertreten. Auf dem Weg in die 2030er Jahre war der Austausch innerhalb dieser glokalen Online-Communitys von großer Bedeutung für die (Selbst-)Bestätigung und Verfestigung des Werts eines systemischen Wandels von Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Im Rahmen dieses Prozesses schwappten auch Extrempositionen nach Deutschland über, die in Deutschland zu Anfeindungen von Personen und Unternehmen führten. Zur Zielscheibe wurden Personen, die etwa den Wert der Nachhaltigkeit nicht oder unzureichend zu teilen schienen.

Der gewachsene Zeitwohlstand führt dazu, dass lebenslanges Lernen intrinsisch motiviert und proaktiv gelebt wird. Entsprechend nimmt die Rolle der Bildung und der Beziehungen, die in diesem Kontext entstehen, in der Wertebildung über die gesamte Lebensspanne zu. Neben den klassischen Top-down-Bildungseinrichtungen gibt es vermehrt modulare, dezentrale Bildungsangebote, etwa zu „Do-it-yourself-Tätigkeiten". Sie werden entweder lokal im physischen Nahumfeld angeboten oder finden digital glokal statt. Diese modularen, dezentralen Bildungsangebote übernehmen von den klassischen Bildungseinrichtungen vermehrt die Aufgabe, Wissen zu vermitteln. Für klassische Bildungseinrichtungen ergibt sich der Auftrag, Kompetenzen zu vermitteln, die in einer Postwachstumsgesellschaft mit starker dezentraler Organisation benötigt werden. Exemplarisch stehen hier Fähigkeit zur kritischen Auseinandersetzung, Eigenreflexion und Gestaltungsfähigkeit. Zudem ist „Futures Literacy" ein Teilbestandteil des Auftrags. Dabei sollen Lernergebnisse aus den Herausforderungen der Vergangenheit, etwa dem Klimawandel, langfristig in der Gesellschaft verankert werden.



Wertschöpfung folgt nicht mehr fordistischen und tayloristischen Logiken: Lokalität, dezentrale Organisation, Flexibilisierung und Individualisierung der Produktion sind die dominanten Logiken. Gesellschaftliche und ökologische Werte sind zentrale Optimierungsgrößen in der Produktion und bei Dienstleistungen geworden. Die Instanz des Arbeitsumfelds durchläuft einen strukturellen Wandel: Die Arbeitsmuster der 2030er Jahre (z. B. Selbstständigkeit, flache Hierarchien, Crowdworking) lassen die nun alte, zielgerichtete Top-down-Vermittlung von Werten durch das Arbeitsumfeld ins Leere laufen. In den 2030ern verliert die Führungsebene an Einfluss auf die Wertebildung. Stattdessen verhandeln kleinere, fluide Arbeitseinheiten die Werte des Unternehmens neu. Mehr als in den 2010er Jahren kommt es darauf an, dass unternehmensinterne Werte von den Mitarbeitenden geteilt oder auch internalisiert werden. Es findet ein ständiges Abgleichen und Diskutieren zwischen eigenen Werten und denen des Arbeitsumfeldes statt. Auf eine Dissonanz folgt keine Verdrängung, sondern ein Diskursprozess oder eine Abnabelung von Unternehmen. Unternehmensleitbilder werden somit von unten ausverhandelt. Dieser Ausverhandlungsprozess befeuert auch den Aufstieg des Konzepts der Genossenschaften, welche als Instanzen der Wertebildung an Bedeutung gewinnen.





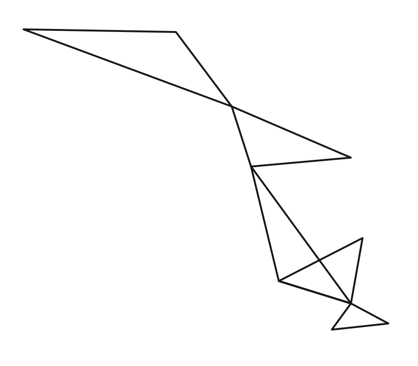


6 SYNTHESE

Die (zukünftige) Welt der Werte kann, in Abhängigkeit von verschiedenen Kontextfaktoren und insbesondere auch dem sozioökonomischen Hintergrund der bzw. des Einzelnen, unterschiedliche Ausprägungen annehmen. Möglich ist somit das Nebeneinander von Werten und Orientierungsmustern in einem engen sozialen Umfeld, insbesondere in einer pluralistischen Gesellschaft. Besonders eindrücklich verdeutlichen dies die vorgestellten alternativen Szenarien.

Aktuell: Wunsch nach einer solidarischen Gesellschaft

Die empirischen Gegenwartsbefunde explizieren, dass sich die Befragten unabhängig von bestimmten Merkmalen in einem Punkt überwiegend einig sind: Sie hegen einen starken Wunsch nach einer solidarischen und gerechten Gesellschaft, die den sozialen Zusammenhalt fördert und soziale Gegensätze ausgleicht. Mit Blick auf die Gesellschaft als Ganzes wird von den Befragten gegenwärtig allerdings ein negativer Verlauf konstatiert. Das erwartete Auseinanderklaffen der Schere zwischen Arm und Reich, unterschiedliche Möglichkeiten der Gestaltung sozialer Teilhabe sowie eine Politik, die vom Alltag der Menschen entfernt erscheint, resultieren in einem Rückzug ins Private. Das Bedürfnis nach Solidarität bei gleichzeitig wahrgenommener Dominanz von materieller Orientierung und Leistungsorientierung führt zu pessimistischen gesamtgesellschaftlichen Erwartungen für die Zukunft: In ihren Einschätzungen gehen die Befragten davon aus, dass die Wertvorstellungen auseinanderdriften und dies zu mehr Konflikten in der Gesellschaft führt, dass der Zusammenhalt, der heute eher schwach ist, sich weiter abschwächt und schließlich, dass die gesellschaftlichen Veränderungen gegenüber der heutigen Zeit überwiegend negativ sind. Dementsprechend erwarten sie auch nicht, dass sich ihr Wunsch nach einer solidarischen und gerechten Gesellschaft im Ganzen in der Zukunft erfüllen wird.



Aber: Gesellschaftliche Bindekräfte schwächen sich ab

Den Befund geringer sozialer Bindungen und einer Dominanz materialistischer Haltungen lassen sie nicht für ihr eigenes Leben gelten, sondern heben ihn auf eine gesellschaftliche Ebene. Schließlich nehmen nur wenige die propagierten negativen gesellschaftlichen Entwicklungen konkret in ihrem direkten Umfeld wahr, sie meinen dies eher im Großen, also auf einer übergeordneten gesellschaftlichen Ebene, festzustellen. Sichtbar wird hierbei eine möglicherweise verzerrte und medial überzeichnete negative Wahrnehmung der Gesellschaft. Gleichwohl prägt die Bedeutung sozialer und solidarischer Werte in der heutigen wie auch in der zukünftigen Welt nicht nur das Verhalten im engeren privaten Lebensraum. Ein durch Bildung und Einkommen besser gestellter Teil der Gesellschaft verbindet dies auch mit einem größeren sozialen Engagement. Dementsprechend stellt sich die Frage: Wie ist dieses Paradoxon zwischen der Selbst- und Fremdwahrnehmung und vor allem die negative Wahrnehmung der Gesellschaft zu erklären?

Deutlich wird in den empirischen Gegenwartsbefunden zum einen: Teilhabe ist stets von entsprechenden Ressourcen abhängig – und hierzu zählt nicht nur das Einkommen, sondern auch das soziale Kapital der Menschen, das wiederum durch die ihre Werte prägende Umwelt und durch Bildung bereitgestellt wird. Darin offenbart sich ein weiteres Phänomen, nämlich dass sich die Menschen etwas wünschen, jedoch nicht danach handeln können. Verantwortlich hierfür sind oftmals äußere Faktoren wie z. B. das Einkommen oder auch verfügbare zeitliche Ressourcen. Hieraus können Beschränkungen resultieren, sodass Wünsche nach mehr sozialen Kontakten oder einem umweltbewussten Verhalten nicht realisiert werden können. Am Leben teilzuhaben und Dinge gemeinsam mit anderen zu unternehmen (Reisen, Kulturveranstaltungen) setzt oftmals finanzielle Ressourcen voraus. Auch ein umweltschonender und bewusster Lebensstil erfordert – neben gezielten Entscheidungen – ggf. auch die Möglichkeit, sich hochwertige oder nachhaltig hergestellte Produkte leisten zu leisten.

Diskrepanz zwischen persönlicher Lebenswelt und Sicht auf die Gesellschaft

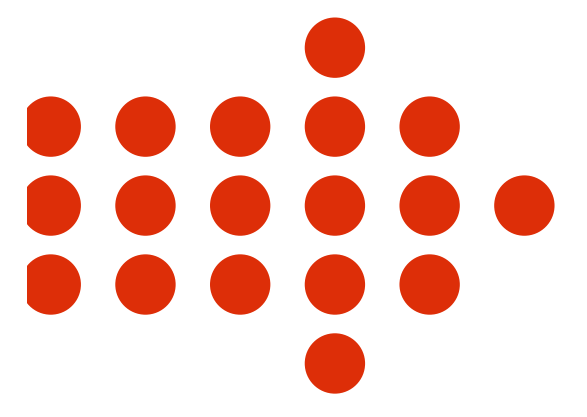
Die Befunde bringen weiterhin zutage, dass die Befragten eine Abkapselung einzelner Teile der Gesellschaft voneinander wahrnehmen. Beispielsweise prägen digitale Medien und Assistenten zunehmend das gesellschaftliche Miteinander und bergen Gefahren der Entkoppelung einzelner, immer stärker atomisierter sozialer Gruppen, die in ihren Filterblasen verharren. Und dies, obwohl digitalen Medien und digitalen sozialen Netzwerken (noch?) keine werteprägende Kraft zugetraut wird. Die vielbesprochenen Echokammern sind demnach nicht nur eine Erscheinung des Virtuellen, sondern auch des Realen: „(…) die Menschen [haben] ihre kleinen Kokons (…). Sie haben oft wenige Verbindungen zu Menschen aus anderen Schichten, keine Netzwerke mit ihnen, da ist kein Austausch über feste Familien- und Freundeskreise hinaus. Insbesondere Menschen mit einer niedrigen Bildung sind oft nur in diesen Kokons unterwegs.“[291] Diese wahrgenommene Abkapselung einzelner Gruppen führt wiederum zu einer Differenzierung von Selbst- und Fremdbild bei den Einzelnen. In der Eigenwahrnehmung sind die Menschen gegen bestimmte gesellschaftliche Entwicklungen immun, während sie diese als wirkmächtig für die anderen Menschen ansehen. In manchen Bereichen äußert sich dies nur darin, dass Werte auf persönlicher Ebene als wichtiger eingeschätzt werden als für die gesamte Gesellschaft. In anderen Bereichen hingegen können die wahrgenommenen Diskrepanzen zu einer vordergründigen Abschwächung einzelner Werte führen. So kann z. B. das Gefühl, allein nichts bewirken zu können (beispielsweise im Umweltschutz), dazu führen, dass man sich zwar eigentlich etwas wünscht, aber aus einem Ohnmachtsgefühl heraus nicht entsprechend handelt. Dieses Gefühl der Ohnmacht wird schließlich weiter befeuert, wenn Menschen mit Vorbildfunktion ein Verhalten einfordern, das bestimmte Werte reflektiert, dann jedoch selbst für andere sichtbar konträr handeln (z. B. wenn jemand, der öffentlich dazu aufruft, nur noch Fahrrad zu fahren, häufig beim Autofahren gesehen wird).

Werte lassen Interpretationsspielraum

Schließlich verdeutlichen die aufgezeigten Widersprüchlichkeiten auch, dass es oftmals nicht die Werte an sich sind, die aus Sicht der Menschen auseinanderdriften, sondern eher die inhaltliche Ausgestaltung. Anschaulich wird dies anhand der folgenden Befunde dieser Studie: Die Befragten sind der Überzeugung, dass ein wichtiger Grund für den Verfall des Zusammenhalts ein geringerer Familiensinn ist, obwohl die große Mehrheit den Werten Freundschaft und Familie – relativ zu den anderen Werten – aktuell die höchste Bedeutsamkeit für sich persönlich bescheinigte. Auch in Zukunft soll dies weiterhin so sein. Und dennoch: Die Menschen gehen davon aus, dass z. B. die Familie zukünftig an Relevanz verliert – ein Rückgang des Familiensinns wird erwartet. Möglicherweise wird hier Familie nach wie vor verstärkt mit einem traditionell orientierten Bild konnotiert, ohne den neuen Entwicklungen von Patchworkfamilien bis zu gleichgeschlechtlichen Partnerschaften mit Kindern entsprechend Rechnung zu tragen. Dieser Logik folgend wird davon ausgegangen, dass jemandem ein Wert (scheinbar) weniger wichtig ist, weil er ihn mit einem anderen Lebens- und Familienkonzept füllt, welches nicht von allen als solches wahrgenommen wird. Die inhaltliche Neuaufladung bei einer gleichbleibend hohen Bedeutung des Wertes wird nicht erkannt und als Werteverfall fehlgedeutet. Dieses „Nichtverstehen“ wird wiederum als Wertedivergenz und Auseinanderdriften des Zusammenhalts bzw. eine nicht vereinbare Heterogenisierung von Werten interpretiert. Dafür spricht auch, dass das Alter das bedeutendste Merkmal in der Bewertung divergierender Wertvorstellungen ist. Ältere Menschen stimmen dem Befund des Auseinanderdriftens eher zu. Sie dürften aufgrund ihrer längeren Lebensspanne bereits häufiger mit unterschiedlichen Werthaltungen bzw. inhaltlichen Auslegungen von Werten konfrontiert gewesen sein und realisieren dementsprechend häufiger aufmerksam Unterschiede.

[291] Interview mit Jutta Allmendingerr, „Eine Art Lügendetektor“, in Allmendinger (2019), S. 10.

Die empirischen Befunde dieser Studie verdeutlichen: In einer pluralistischen Gesellschaft können und dürfen unterschiedliche Wertvorstellungen, die aufgrund unterschiedlicher Kontextfaktoren und individueller Merkmale variieren, nebeneinander existieren. Kontrovers diskutiert und immer wieder neu ausgehandelt wird die inhaltliche Ausgestaltung. Dass dabei über unterschiedliche Vorstellungen „gestritten" wird, ist ein Charakteristikum einer pluralistischen Gesellschaft und kann auch positive Veränderungsimpulse setzen. Wichtig für einen reibungslosen Zusammenhalt und eine Wertepluralität ist ein gesellschaftlicher Zusammenhalt, ein „Wir-Gefühl". Das Bedürfnis nach einer neuen „Wir-Kultur" kommt in dem Wunsch nach einer solidarischen und gerechten Gesellschaft deutlich zum Ausdruck. Dieses Ergebnis wird durch eine Reihe aktueller Studien zu den Wertvorstellungen in Deutschland gestützt. Noch unbeantwortet ist jedoch die Frage, wie sich eine solche „Wir-Kultur" manifestiert und wer dieses „Wir" ist oder sein soll. Bereits heute existiert eine Vielzahl an (abgeschotteten) „Wirs". Neben den klar formulierten Aufträgen an die Politik, für mehr Gerechtigkeit und geringere soziale Ungleichheit zu sorgen, ist die wichtigste Botschaft, für mehr Vertrauen in der Gesellschaft und zwischen unterschiedlichen Gruppen zu sorgen – angefangen bei der Politik als solcher. Dafür bedarf es Orten und Projekten der Begegnung. Die Abschottungen der einzelnen „Wirs" in ihren virtuellen oder realen Filterblasen erschwert die Erreichbarkeit der Menschen. Persönliche Face-to-Face-Kommunikation unterschiedlicher Menschen und Gruppen als Gegenmodell zur Blase ist somit entscheidend.



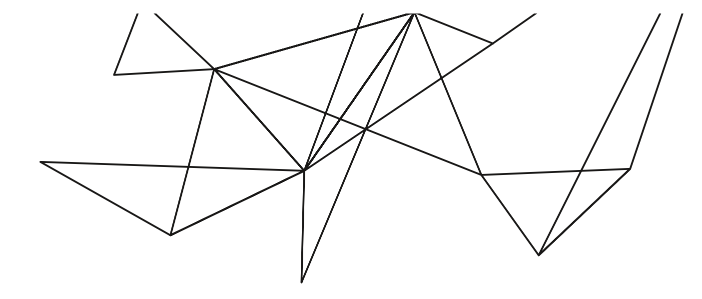
Werte – zugleich Startpunkt und Ergebnis gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse

Der Aushandlungsprozess über Werte und ihre Inhalte ist vor allem vor dem Hintergrund wichtig, dass Werte das Normative einer Gesellschaft bündeln und somit für die Herausbildung der Gesellschaft der Zukunft und damit für die Veränderung der Wertelandschaft maßgeblich sind. Dabei ist entscheidend, ob eine Ausverhandlung des Konflikts gelingt, die von einer breiten Bevölkerungsmehrheit mitgetragen oder zumindest akzeptiert wird. Die Analyse des Status quo kann jedoch sui generis auch immer nur eine Momentaufnahme sein – besonders wenn es um Erwartungen hinsichtlich der Zukunft geht. Subjektive Zukunftserwartungen sind immer auch vom Zeitgeist, dominanten Narrativen und aktuellen Situationen geprägt. Lineare Extrapolationen des Bestehenden in die Zukunft haben daher nur eine sehr begrenzte prognostische Kraft. Jedoch kann – muss aber nicht – ein generelles „Unwohlsein" mit der Gegenwart eine Keimzelle für weitreichende gesellschaftliche Transformationsdynamiken sein.

Allgemeingültige Muster des Wertewandels sind nicht identifizierbar

Der in den Szenarien aufgespannte zukünftige Möglichkeitsraum unterschiedlicher Entwicklungsverläufe macht deutlich, dass das Thema Wertewandel – wie auch die Zukunft insgesamt – mit großer Unsicherheit behaftet ist und sich je nach gesellschaftlicher Dynamik in sehr unterschiedliche Richtungen entwickeln könnte. Der kanadische Science-Fiction-Autor William Gibson prägte einst den Satz: „Die Zukunft ist schon da, sie ist nur sehr ungleich verteilt."[292] In diesem Sinne lassen sich für alle sechs Szenarien bereits heute stärkere und schwächere Signale, die ein Eintreten des Szenarios plausibel machen, identifizieren – auch und gerade aus der Analyse heutiger Wertelandschaften. Die Beantwortung der Leitfragen, welche Werte zukünftig sinnstiftend sein und wie sich die Instanzen der Wertevermittlung ändern könnten, ist daher ebenso wie die Zukunft an sich prinzipiell offen – und kann nur in Möglichkeitsräumen gedacht und erschlossen werden.

[292] National Public Radio (2018).



Ebenso wie in den quantitativen Erhebungen dieser Studie und qualitativen Analysen weiterer Wertestudien zeigt sich in den explorativen Szenarien, dass bestehende Werte immer wieder neu aufgeladen werden bzw. Hybride bilden können. Der dahinterliegende Prozess kann konfliktbehaftet sein, da oftmals tradierte oder etablierte Wertvorstellungen infrage gestellt werden. Auf Basis der Neuinterpretationen können sich auch neue gesellschaftliche Gruppierungen herausbilden: Innerhalb der verschiedenen Zukünfte manifestiere sich Subgesellschaften, die identitätsstiftend sind und Wertebildung maßgeblich beeinflussen. In diesen zunehmend ausdifferenzierten Gesellschaften wird der Wertediskurs selbstreferentieller und partikularer. Entscheidend ist also für die Zukunft der Gesellschaft, ob der gesellschaftliche Diskurs von einem klaren und polarisierenden Freund-Feind-Schema oder von einer hohen Ambiguitätstoleranz geprägt ist.

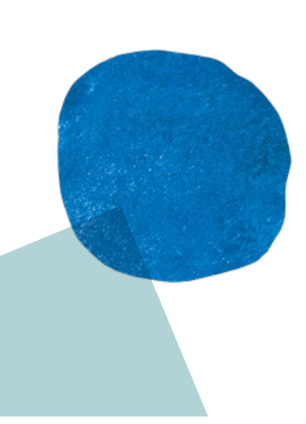
Dabei lässt sich aus den Szenarien die Hypothese ableiten, dass Werte in hohem Maße von der sozialen und ökonomischen Logik einer Gesellschaft beeinflusst werden – und diese zugleich mitprägen. Je nach Gesellschaftskontext sieht auch die Wertelandschaft anders aus, sodass sich aus dem Gesamtbild aller sechs Szenarien keine allgemeingültigen Muster des Wandels ableiten lassen, sondern nur innerhalb des spezifischen Szenariokontexts beschrieben werden können.

Wird etwa die Gesellschaft maßgeblich vom Umbau der Wirtschaft entlang eines Nachhaltigkeitsparadigmas beeinflusst, so hat dies mittelbar und unmittelbar starke Auswirkungen auf die Ausprägung der Wertelandschaft, die dann wiederum die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft prägt. Werte und Veränderungen in der Wertelandschaft sind Teil von komplexen Wechselwirkungsdynamiken, deren endgültige Ausprägung hochgradig unsicher ist. Dabei kann es auch zu Widersprüchlichkeiten und Paradoxien kommen, da in komplexen modernen Gesellschaften auch eine Gleichzeitigkeit ungleichzeitiger Entwicklungen möglich ist, etwa gleichzeitige Öffnungs- und Schließungstendenzen.

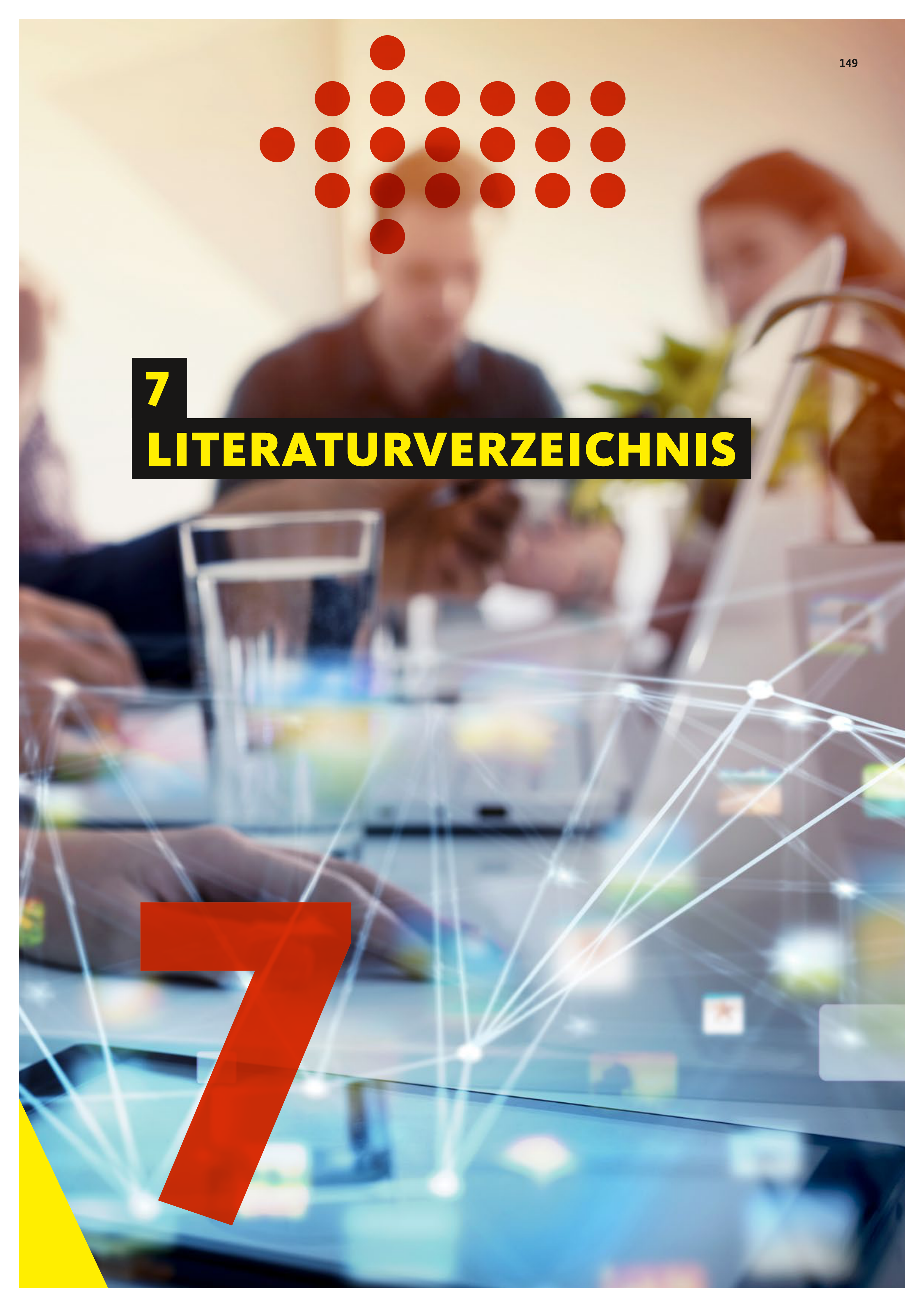
Alternative Zukünfte beschreiben einen breiten Möglichkeitsraum

So ist es im Kontext alternativer Zukünfte möglich, dass der in der Status-quo-Analyse konstatierte Gesellschaftspessimismus überwunden und in einen neuen Gesellschaftsoptimismus unterschiedlichster Prägung transformiert wird (Szenarien 1, 2 und 6), aber auch, dass der Pessimismus zum Katalysator einer Abwärtsdynamik wird (Szenario 3). Auch der Wunsch nach einem neuen „Wir-Gefühl" könnte gesellschaftlich sehr unterschiedlich kanalisiert werden. Er kann in einer stark polarisierten Gesellschaft ein Wunsch bleiben (Szenario 4), das neue „Wir-Gefühl" könnte aber auch über eine Stärkung lokaler Gemeinschaft (Szenario 6), eine neue europäische Integrationsdynamik (Szenario 1), einen eng gesteckten Orientierungsrahmen (Szenario 5) oder über Abgrenzungsprozesse (Szenario 3) realisiert werden – ohne dass damit der Möglichkeitsraum abschließend ausgeschöpft wäre. Auch die gegenwärtig angespannte wirtschaftliche und geopolitische Situation ist mit hoher Unsicherheit behaftet und kann sowohl Öffnungs- als auch Schließungsdynamiken freisetzen, welche die Ausgestaltung der Gesellschaft in hohem Maße beeinflussen. Dabei gilt es auch, im Sinne einer *„Futures Literacy"* auf unerwartete und überraschende Entwicklungen vorbereitet zu sein.

Zudem lässt sich konstatieren, dass Technologien (z. B. digitale Assistenten) als Quasi-Subjekte nicht nur das (Kommunikations-)Verhalten nachhaltig verändern, sondern auch die Wertebildung zukünftig viel stärker als heute beeinflussen könnten – mit weitreichenden Folgen für Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Sie können über ihre reine Funktionalität hinaus auch zu Schlüsseltechnologien für die Wertebildung werden. Die Frage nach einer technologischen Ethik stellt sich angesichts der Tatsache, dass Technologien vermehrt menschliche Eigenschaften und eine Benennungsmacht zugesprochen werden, mehr denn je.







7 LITERATURVERZEICHNIS

Arant, Regina; Dragolov, Georgi; Boehnke, Klaus (2017): Sozialer Zusammenhalt in Deutschland 2017, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Gütersloh.

Albert, Matthias; Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun; TNS Infratest Sozialforschung (2015): 17. Shell Jugendstudie – Jugend 2015, Shell Deutschland Holding GmbH (Hrsg.), Frankfurt am Main, S. Fischer Verlag GmbH.

Albert, Matthias; Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2019): 18. Shell Jugendstudie – Jugend 2018 – Zusammenfassung, online unter: shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie/_jcr_content/par/toptasks.stream/1570708341213/4a002dff58a7a9540cb9e83ee0a37a0ed8a0fd55/shell-youth-study-summary-2019-de.pdf (abgerufen am 22.11.2019).

Allmendinger, Jutta (2017): Das Land, in dem wir leben wollen – Wie die Deutschen sich ihre Zukunft vorstellen, München, Pantheon Verlag.

Allmendinger, Jutta (2019): Das Vermächtnis – Wie wir leben wollen und was wir dafür tun müssen. Ergebnisse 2019. Hrsg.: DIE ZEIT, infas, WZB, online unter: live0.zeit.de/infografik/2019/Vermaechtnis-Studie_Broschuere_2019.pdf (abgerufen am 15.12.2019).

BAuA (2018): BAuA-Arbeitszeitbefragung: Arbeitszeitwünsche von Beschäftigten in Deutschland, online unter: baua.de/DE/Angebote/Publikationen/Berichte/F2398-4.pdf?__blob=publicationFile&v=7 (abgerufen am 16.12.2019).

Bauer, Thomas Alfred (2018): Der Mensch, er selbst und sein Selbst im Universum der Medien. Zur Mediologie der Musterbildung von Werten am Beispiel des Selfies, in: Verwiebe, Roland (Hrsg.): Werte und Wertebildung aus interdisziplinärer Perspektive, VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 97–116.

Beckert, Jens (2017): Woher kommen Erwartungen? Die soziale Strukturierung imaginierter Zukünfte (MPIfG Discussion Paper 17/17), online unter: mpifg.de/pu/mpifg_dp/2017/dp17-17.pdf (abgerufen am 11.12.2019).

Bennett, Lance (2010): Changing Citizenship in the Digital Age. Handbook of Research on Civic Engagement in Youth, Seattle, online unter: oecd.org/education/ceri/38360794.pdf (abgerufen am 15.10.2019).

Berlin Institut (2019): Urbane Dörfer – Wie digitales Arbeiten Städter aufs Land bringen kann, online unter: berlin-institut.org/fileadmin/user_upload/Urbane_Doerfer/BI_UrbaneDoerfer_Online.pdf (abgerufen am 16.12.2019).

Brühl, Kirsten; Koppel, Johannes; Schomburg, Frank; Schuldt, Christian (2017): Next Germany – Aufbruch in die neue Wir-Gesellschaft, Zukunftsinstitut GmbH (Hrsg.), Frankfurt am Main.

Booker, Cara L.; Kelly, Yvonne J.; Sacker, Amanda (2018): Gender differences in the associations between age trends of social media interaction and well-being among 10–15 year olds in the UK, in: BMC Public Health, Nr. 18, online unter: bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-018-5220-4 (abgerufen am 22.10.2019).

Boughzala, Imed (2016): Social Media and Value Creation: Exploring the Perception of Generation Y toward Corporate Social Networking Applications Use. Journal of Organizational and End User Computing, Volume 28, Issue 2, S. 107–123.

Bourdieu, Pierre (1992): Die verborgenen Mechanismen der Macht, Hamburg.

Böhm, Markus (2014): Wie Snowden das Netz verändert hat, online unter: spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/nsa-skandal-wie-snowdens-enthuellungen-das-netz-veraendert-haben-a-973516.html (abgerufen am 22.10.2019).

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2017): Mehr Chancen für Gründungen – Fünf Punkte für eine neue Gründerzeit, online unter: bmbf.de/upload_filestore/pub/Konzept_5_Punkte_Gruenderzeit_mit_IHV.pdf (abgerufen am 15.03.2020).

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2017): Zweiter Bericht über die Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2018): Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland – Analyse des Stellenwerts im Allgemeinen sowie Untersuchung der Handlungsoptionen im Einzelsegment „Vermittlungsdienste für Privatunterkünfte“, Frankfurt am Main, Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, online unter: bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/sharing-economy-im-wirtschaftsraum-deutschland.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (abgerufen am 25.07.2019).

Burkart, Roland (2003): Medienwirkungsforschung – ein Einblick, in: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (Hrsg.): Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik, 12. Jahrgang, Band 46, S. 5–8.

Calmbach, Marc; Thomas, Martin; Borgstedt, Silke; Flaig, Berthold Bodo; Borchard, Inga (2016): SINUS – Wie ticken Jugendliche 2016?, Springer Nature, online unter: gemeinsaminitiativ.de/download/Studien/2016_Sinusstudie_Wie_ticken_Jugendliche.pdf (abgerufen am 15.07.2019).

Cambridge Center for Risk Studies (2019). Cybergeddon vs. Cybertopia, online unter: jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/risk/downloads/192407_cyberconference_presentation_daffron.pdf (abgerufen am 17.12.2019).

Center for Global Studies (2019): Bonn Power Shift Monitor 2019, online unter: cgs-bonn.de/de/publikationen/bonn-power-shift-monitor-reports (abgerufen am 16.12.2019).

Chivri, Christopher (2018): Fünf Jahre nach Snowden: Das Misstrauen bleibt, online unter: svz.de/deutschland-welt/fuenf-jahre-nach-snowden-das-misstrauen-bleibt-id20057247.html (abgerufen am 19.05.2020).

Dator, James Allen (2011). Ein Blick in Zukünfte, in: Deutsche Post DHL (Hrsg.): Delivering Tomorrow. Logistik 2050 – eine Szenariostudie, S. 27, online unter: post-und-telekommunikation.de/PuT/1Fundus/Dokumente/Studien/Postdienste/Zukunftsstudie_Logistik_2050/Zukunftsstudie_Logistik_2050.pdf (abgerufen am 27.01.2020).

Decker, Frank; Best, Volker; Fischer, Sandra; Küppers, Anne (2019): Vertrauen in Demokratie: Wie zufrieden sind die Menschen in Deutschland mit Regierung, Staat und Politik?, Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.), Bonn.

Der Standard (2019): Edition Zukunft – Sollten wir die Schule niederreißen?, online unter: derstandard.at/story/2000100031400/sollen-wir-die-schule-niederreissen-ali-mahlodji (abgerufen am 01.12.2019).

Deutschlandfunk (2007): Was hält Gesellschaften zusammen?, online unter: deutschlandfunk.de/was-haelt-gesellschaften-zusammen.1148.de.html?dram:article_id=180079 (abgerufen am 09.09.2019).

Deutschlandfunk (2016): Abschottung vom Web – China setzt auf „Cyber-Souveränität“, online unter: deutschlandfunk.de/abschottung-vom-web-china-setzt-auf-cyber-souveraenitaet.799.de.html?dram:article_id=369937 (abgerufen am 12.12.2019).

Deutschlandfunk (2017): Das Besondere wird zum Maßstab, online unter: deutschlandfunkkultur.de/andreas-reckwitz-die-gesellschaft-der-singularitaeten-das.950.de.html?dram:article_id=398909 (abgerufen am 17.12.2019).

Deutschlandfunk (2019a): Was Europas Populisten erfolgreich macht, online unter: deutschlandfunk.de/vor-der-europawahl-was-europas-populisten-erfolgreich-macht.724.de.html?dram:article_id=449698 (abgerufen am 18.12.2019).

Deutschlandfunk (2019b): Warum Deutschlands Polizei aufgerüstet wird, online unter: deutschlandfunk.de/gefuehlte-unsicherheit-warum-deutschlands-polizei.724.de.html?dram:article_id=460467 (abgerufen am 18.12.2019).

Deutschlandfunk (2020): Tübingen – Die erste kommunale Verpackungssteuer kommt, online unter: deutschlandfunk.de/tuebingen-die-erste-kommunale-verpackungssteuer-kommt.697.de.html?dram:article_id=469282 (abgerufen am 20.03.2020).

DGRV (2019): Energiegenossenschaften 2018, online unter: https://www.genossenschaften.de/sites/default/files/20190715_DGRV_Umfrage_Energiegenossenschaften_2019_0.pdf (abgerufen 17.12.2019).

DIE ZEIT (2018a): Wertekunde für Zuwandererkinder in Bayern, online unter: zeit.de/politik/deutschland/2018-04/markus-soeder-wertekunde-grundschule-bayern (abgerufen am 09.09.2019).

DIE ZEIT (2018b): Warum trauen so viele der Demokratie nicht, obwohl wir einen Aufschwung erleben?, online unter: zeit.de/2019/01/demokratieverdrossenheit-misstrauen-aufschwung-buerger-generationenkonflikt (abgerufen am 17.12.2019).

DIE ZEIT (2019a): Internet in Russland kommt unter staatliche Kontrolle, online unter: zeit.de/politik/ausland/2019-11/russland-gesetz-staatsnetz-internet (abgerufen am 17.12.2019).

DIE ZEIT (2019b): Fachkräftemangel größtes Geschäftsrisiko für Unternehmen, online unter: zeit.de/wirtschaft/2019-12/arbeitsmarkt-fachkraeftemangel-risiko-unternehmen-handwerk-fachkraeftegipfel (abgerufen am 18.12.2019).

DIE ZEIT (2019c): Singapur an der Themse, online unter: zeit.de/politik/ausland/2019-09/brexit-boris-johnson-wettbewerbsfaehigkeit-singapur-eu (abgerufen am 10.03.2020).

Diekmann, Florian (2020): Bürger empfinden Deutschland als extrem ungerecht, SPIEGEL, online unter: spiegel.de/wirtschaft/soziales/buerger-empfinden-deutschland-als-extrem-ungerecht-a-bed86bc6-aecc-4b00-b0a5-a1519ebfc111?sara_ecid=_upd_CxiOj0QQhCWySE5XRwrvpsaCg6eMyS&sara_ecid=soci_upd_KsBF0AFjflf0DZCxpPYDCQgO1dEMph#ref=rss (abgerufen am 30.03.2020).

Dietz, Bernhard; Enste, Dominik H.; Eyerund, Theresa (2016): Mythos Generation Y? Eine historische und institutionenökonomische Perspektive, RHI-Diskussion, Nr. 28, München.

DIW (2019): DIW Wochenbericht 15, online unter: diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.618740.de/19-15.pdf (abgerufen am 16.12.2019).

DIVSI (2014): DIVSI U25-Studie – Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt, Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet, Hamburg.

Edelman Trust (2019): 2019 Edelman Trust Barometer, online unter: edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Executive_Summary.pdf (abgerufen am 04.12.2019).

El-Mafaalani, Aladin (2018): Das Integrationsparadox: Warum gelungene Integration zu mehr Konflikten führt, Köln.

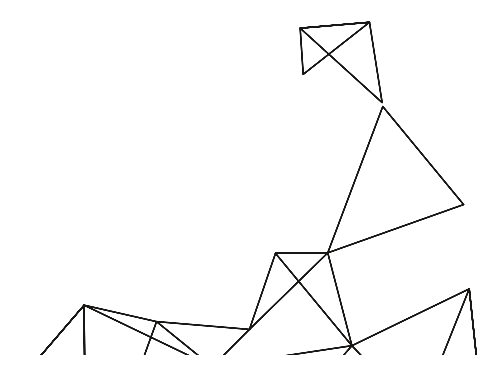
Engel, Bernhard; Mai, Lothar (2010): Mediennutzung und Lebenswelten 2010, in: Media Perspektiven, Nr. 12, S. 558–571.

Engel, Bernhard; Mai, Lothar (2015): Mediennutzung und Lebenswelten 2015, in: Media Perspektiven, Nr. 10, S. 427–441.

Enste, Dominik; Suling, Lena (2020): Vertrauen in Wirtschaft, Staat, Gesellschaft 2020, Institut der deutschen Wirtschaft (Hrsg.), Köln.

Ernst & Young GmbH (2018): EY-Studentenstudie 2018: Werte, Ziele, Perspektiven, München.

EURACTIV (2017): Juncker will Europa der verschiedenen Geschwindigkeiten, online unter: euractiv.de/section/eu-innenpolitik/news/juncker-will-europa-der-verschiedenen-geschwindigkeiten (abgerufen am 24.01.2020).





EURACTIV (2019): Energie-Renovierungen als „Flaggschiff" des europäischen Green Deals, online unter: euractiv.de/section/energie-und-umwelt/news/energie-renovierungen-als-flaggschiff-des-europaeischen-green-deals (abgerufen am 10.03.2020).

Eurobarometer Spezial 372 (2011): Social Climate, online unter: data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S1007_75_4_EBS372 (abgerufen am 23.09.2019).

Eurobarometer 81 (2014): Standard Eurobarometer, online unter: ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/eb/eb81/eb81_en.htm (abgerufen am 23.09.2019).

Eurobarometer 81.5 (2014): Social Climate and Innovation in Science and Technology, online unter: gesis.org/eurobarometer-data-service/survey-series/standard-special-eb/study-overview/eurobarometer-815-za5929-june-2014 (abgerufen am 23.09.2019).

Eurobarometer Spezial 371 (2014): Internal security, online unter: https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S998_75_4_EBS371 (abgerufen am 23.09.2019).

Eurobarometer Spezial 427 (2014): Autonomous Systems, online unter: https://data.europa.eu/euodp/de/data/dataset/S2018_82_4_427_ENG (abgerufen am 23.09.2019).

Eurobarometer 87.1 (2017): Two years until the 2019 European elections, Attitudes of Europeans towards tobacco and electronic cigarettes, Climate change, Attitudes towards the impact of digitisation and automation on daily life, Coach services, online unter: dbk.gesis.org/dbksearch/sdesc2.asp?no=6861&db=e&doi=10.4232/1.12915 (abgerufen am 23.09.2019).

Europäische Kommission (2017): Weißbuch zur Zukunft Europas, online unter: ec.europa.eu/commission/publications/white-paper-future-europe_de (abgerufen am 03.03.2020).

Europäische Kommission (2019a): Neue ethische Leitlinien für Künstliche Intelligenz vorgelegt, online unter: ec.europa.eu/germany/news/20190626-ethische-leitlinien-fuer-kuenstliche-intelligenz-vorgelegt_de (abgerufen am 04.03.2020).

Europäische Kommission (2019b): Supercomputer: Europäisches Unternehmen für Hochleistungsinformatik startet erste Ausschreibungen, online unter: ec.europa.eu/germany/news/20190729-supercomputer_de (abgerufen am 04.03.2020).

Europäische Kommission (o. D.): Ein Europa für das digitale Zeitalter, online unter: ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_de (abgerufen am 04.03.2020).

European Social Survey Cumulative File, ESS 1–8, (2018): Data file edition 1.0, Norwegian Centre for Research Data, Norway, online unter: europeansocialsurvey.org/data/conditions_of_use.html (abgerufen am 12.09.2019).

European Social Survey Round 8 Data (2016). Data file edition 2.1. NSD – Norwegian Centre for Research Data, Norway – Data Archive and distributor of ESS data for ESS ERIC, online unter: doi:10.21338/NSD-ESS8-2016 (abgerufen am 12.09.2019).

European Values Study (2015): Integrated Dataset (EVS 2015), GESIS Data Archive, Köln, online unter: gesis.org/angebot/daten-analysieren/internationale-umfragen/european-values-study (abgerufen am 12.09.2019).

European Values Study (2019): Integrated Dataset (EVS 2017), GESIS Data Archive, Köln, online unter: gesis.org/angebot/daten-analysieren/internationale-umfragen/european-values-study (abgerufen am 12.09.2019).

Faus, Rainer (2018): Im vereinten Deutschland geboren – in den Einstellungen gespalten? OBS-Studie zur ersten Nachwendegeneration, Otto Brenner Stiftung (Hrsg.), Frankfurt am Main.

Faus, Rainer; Mannewitz, Tom; Storks, Simon; Unzicker, Kai; Vollmann, Erik (2019): Schwindendes Vertrauen in Politik und Parteien – Eine Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt?, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Gütersloh.

FAZ (2017): Leitkultur. Was uns zusammenhält, online unter: faz.net/aktuell/politik/staat-und-recht/debatte-ueber-leitkultur-was-uns-zusammenhaelt-14995753.html (abgerufen am 09.09.2019).

FAZ (2018a): Westliche Werte, online unter: faz.net/aktuell/politik/inland/fraktur-westliche-werte-15519540.html (abgerufen am 08.09.2019).

FAZ (2018b): Wie die große Koalition das Vertrauen in die Stabilität zerstörte, online unter: faz.net/aktuell/politik/inland/wie-die-grosse-koalition-das-vertrauen-in-die-stabilitaet-zerstoerte-16493444.html (abgerufen am 27.11.2019).

FAZ (2018c): Soziale Herkunft entscheidet über Chancen in der Schule, online unter: faz.net/aktuell/politik/inland/bildungserfolg-bleibt-fuer-sozial-schwache-schueler-schwer-15851887.html (abgerufen am 13.12.2019).

Fernow, Hannes, et al. (2017): Values & Visions 2030 – Was uns morgen wichtig ist, GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung.

Frohne, Julia; Belch, Theresa; Eikenbusch, Julia (2015): Absolventen 2015 unter die Lupe genommen – Ziele, Wertvorstellungen und Karriereorientierung der Generation Y, Kienbaum Institut @ ISM für Leadership & Transformation GmbH (Hrsg.), Dortmund.

Fukuyama, Francis (1992): Das Ende der Geschichte. Wo stehen wir?, München.

Furedi, Frank (2014): How the Internet and social media are changing culture, online unter: aspenreview.com/article/2017/internet-social-media-changing-culture/ (abgerufen am 27.03.2020).

Genner, Sarah; Süss, Daniel (2017): Socialization as Media Effect. The International Encyclopedia of Media Effects, Zürich, online unter: sarah.genner.cc/uploads/5/1/4/1/51412037/socialization_as_media_effect.pdf (abgerufen am 05.09.2019).



GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (2019): Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften ALLBUS 2018, GESIS Datenarchiv, Köln, online unter: gesis.org/allbus/download (abgerufen am 20.07.2019).

Graumann, Carl Friedrich; Willig, R. (1986): Wert, Wertung, Werthaltung, in: Thomae, H. (Hrsg.): Enzyklopädie der Psychologie: Theorien und Formen der Motivation, Band 1, Göttingen, Hogrefe, S. 315–350.

Groß, Julia; Köther, Ann-Kathrin; Losse, Franziska; Lotter, Carolin; Luthin, Carl-Frederick; Müller, Marvin; Weiland, Alice; Neu, Julius (2018): Zukunft? Jugend fragen! Nachhaltigkeit, Politik, Engagement – eine Studie zu Einstellungen und Alltag junger Menschen, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (Hrsg.), Berlin.

Handelsblatt (2018): Germany edges toward Chinese-style rating of citizens, online unter: handelsblatt.com/today/politics/big-data-vs-big-brother-germany-edges-toward-chinese-style-rating-of-citizens/23581140.html?ticket=ST-33414689-LwFZZhAwPgKhkBYI4rMD-ap6 (abgerufen am 17.12.2019).

Handelsblatt (2019): Der faule Millennial ist ein Mythos, online unter: handelsblatt.com/arts_und_style/lifestyle/generation-y-der-faule-millennial-ist-ein-mythos/22992214.html?ticket=ST-36399118-MwEZ6q37b0hfW4nfOayt-ap1 (abgerufen am 26.08.2019).

Hannoversche Allgemeine (2019): So verändert das Smartphone unseren Körper, online unter: haz.de/Nachrichten/Wissen/Uebersicht/So-veraendert-das-Smartphone-unseren-Koerper (abgerufen am 15. Januar 2020).

Hattendorf, Kai; Heidbrink, Ludger; Egorov, Maxim; Peus, Claudia; Pircher Verdorfer, Armin (2019): Führungskräftebefragung 2019, Eine Studie der Wertekommission und der TUM School of Management der Technischen Universität München, online unter: wertekommission.de/wp-content/uploads/2018/06/F%C3%BChrungskr%C3%A4ftebefragung-2018.pdf (abgerufen am 20.08.2019).



Heise (2019): Fast jeder Dritte in Deutschland nutzt Sprachassistenten, online unter: heise.de/newsticker/meldung/Fast-jeder-Dritte-in-Deutschland-nutzt-Sprachassistenten-4443365.html (abgerufen am 13.12.2019).

Hofstede, Geert (1984): Culture's consequences: International differences in work related values, Thousand Oaks, SAGE.

Honneth, Axel; Sutterlüty, Ferdinand (2011): Normative Paradoxien der Gegenwart – Eine Forschungsperspektive, in WestEnd: Neue Zeitschrift für Sozialforschung, 8. Jahrgang, Nr. 1, S. 67–85.

Hradil, Stefan (2018): Werte und Wertewandel, in: Rodenstock, Randolf; Sevsay-Tegethoff, Nese (Hrsg.): Werte – und was sie uns wert sind. Eine interdisziplinäre Anthologie, München, Roman Herzog Institut

Huber, Thomas; Rauch, Christian (2013): Generation Y – Das Selbstverständnis der Manager von morgen, Zukunftsinstitut (Hrsg.), online unter: zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/studie_generation_y_signium.pdf (abgerufen am 20.08.2019).

Hurrelmann, Klaus (2002): Einführung in die Sozialisationstheorie, 8. Aufl., Weinheim/Basel, Beltz.

Heimer, Andreas; Juncke, David; Ristau, Malte; Knittel, Timann; Moog, Stephan; Braukmann, Jan (2016): Zukunftsreport Familie 2030, Prognos AG (Hrsg.), Berlin.

Inglehart, Ronald (1977): The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics, Princeton.

Inglehart, Ronald (1997): Modernization and postmodernization. Cultural, political and economic change in 43 societies, Princeton, Princeton University Press.

Inglehart, Ronald; Welzel, Christian (2005): Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence, New York, Cambridge University Press.

Institut für Demoskopie Allensbach (2019a): Werte und Einflussfaktoren – Repräsentativbefragung der Bevölkerung ab 16 Jahre im Januar und November 2019 – Untersuchungsbericht und Tabellenband, Allensbach.

Institut für Demoskopie Allensbach (2019b): AWA 2019. Soziale Spaltung: Driften die Schichten auseinander?, online unter: ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA_Praesentationen/2019/AWA_2019_Sommer_Soziale_Schichten_Handout.pdf (abgerufen am 18.12.2019).

Ipsos (2019a): Stimmen Sie der Aussage zu, dass Sie im Internet in ihrer eigenen Blase leben, sich überwiegend mit Leuten wie sich selbst vernetzen und nach Meinungen suchen, die sie teilen?, online unter: de.statista.com/statistik/daten/studie/922320/umfrage/eigenwahrnehmung-einer-filterblase-bei-internetnutzung-in-ausgewaehlten-laendern (abgerufen am 18.12.2019).

Ipsos (2019b): Studie zur Kluft zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit: Deutsche schätzen soziale Realitäten häufig falsch ein, online unter: ipsos.com/de-de/studie-zur-kluft-zwischen-wahrnehmung-und-wirklichkeit-deutsche-schatzen-soziale-realitaten-haufig (abgerufen am 12.12.2019).

IW Köln (2019a): Schuldenbremse – „Schwarze Null" und die Angst vor Politik, online unter: iwkoeln.de/presse/in-den-medien/beitrag/michael-huether-schwarze-null-und-die-angst-vor-politik.html (abgerufen am 13.12.2019).

IW Köln (2019b): Immer mehr Menschen verlassen die Großstädte wegen Wohnungsknappheit, online unter: iwkoeln.de/studien/iw-kurzberichte/beitrag/ralph-henger-christian-oberst-immer-mehr-menschen-verlassen-die-grossstaedte-wegen-wohnungsknappheit-419693.html (abgerufen am 17.12.2019).

Jagodzinkski, W. (2004): Methodological problems of value research, in: Vinken, H.; Ester, P; Soeters, J. (Hrsg.): Comparing Cultures: Dimensions of Culture in a Comparative Perspective, Boston, S. 97–121.

Joas, Hans (1999): Die Entstehung der Werte, Frankfurt am Main, Suhrkamp.

Klages, Helmut (1984): Wertorientierungen im Wandel: Rückblick, Gegenwartsanalyse, Prognosen, Frankfurt am Main [u.a.], Campus.

Klages, Helmut (1987): Indikatoren des Wertewandels, in: Einsiedler, Herbertt; Lutz von Rosenstiel und Richard Streich (Hrsg.): Wertewandel als Herausforderung für die Unternehmenspolitik, Stuttgart, Schäfer, S. 1–16.

Klages, Helmut (1992): Die gegenwärtige Situation der Wert- und Wertwandelforschung – Probleme und Perspektiven, in: Klages, Helmut; Hippler, Hans-Jürgen; Herbert, Willi (Hrsg.): Werte und Wandel: Ergebnisse, Frankfurt am Main, Campus, S. 5–39.

Klemm, Franziska; Romanos, Marcel (2018): Endstation Depression – Wenn Schülern alles zu viel wird, KKH Kaufmännische Krankenkasse (Hrsg.), Hannover.

Kluckhohn, Clyde (1951): Values and Value-Orientation in the Theory of Action, An Exploration in Definition and Classification, in: Parsons, Talcott; Shils, Edward A. (Hrsg.): Toward a General Theory of Action, Cambridge (Mass.), S. 388–433.

Kmieciak, Peter (1976): Wertstrukturen und Wertwandel in der Bundesrepublik Deutschland. Grundlagen einer interdisziplinären Wertforschung mit einer Sekundäranalyse und Umfragedaten, Göttingen, Schwartz.

Köcher, Renate (2019): Generation Mitte 2019, Institut für Demoskopie Allensbach (Hrsg.), Berlin.

Kramera, Adam; Guillory, Jamie E.; Hancock, Jeffrey T. (2014): Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks, Psychological and Cognitive Science, PNAS, S. 8788–8790.

Krastev, Ivan (2020): Sieben Schlüsse aus der Coronavirus-Krise, in: DIE ZEIT, online unter: zeit.de/gesellschaft/2020-03/coronavirus-pandemie-auswirkungen-folgen-panik-wirtschaft-zukunft-europa/komplettansicht (abgerufen am 21.03.2020).

Krause, Laura-Kristine; Gagné, Jérémie (2019): Die andere deutsche Teilung: Zustand und Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft, More in Common e.V. (Hrsg.), Berlin.

Land Oberösterreich (o.D.): Oö. Bildungskonto, online unter: land-oberoesterreich.gv.at/170925.htm (abgerufen am 15.03.2020).

Landkreis Lüneburg (o.D.): Klimaschutz daheim – Grüne Hausnummer, online unter: landkreis-lueneburg.de/Home-Landkreis-Lueneburg/Bauen-Umwelt-und-Tiere/Klimaschutz-Landkreis/Klimaschutz-daheim/Gruene-Hausnummer-2.aspx (abgerufen am 17.12.2019).

Lechleiter, Philipp (2016): Wertekonstellationen im Wandel – Eine empirische Bestandsaufnahme, Wiesbaden, Springer Fachmedien.

Leicht, Judith (2017): Jugendliche und Nachhaltiger Konsum, forsa Politik- und Sozialforschung GmbH (Hrsg.), Berlin.

Luhmann, Niklas (1976): The Future Cannot Begin: Temporal Structures in Modern Society, in: Social Research, Vol. 43, No. 1, Interaction Between European and American Social Science, Baltimore, S. 130–152.

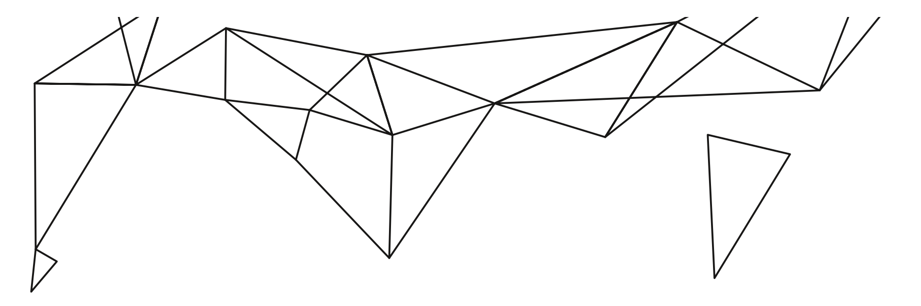
Maslow, Abraham H. (1981): Motivation und Persönlichkeit, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt.

Merkel, Angela (2015): Pressestatements von Bundeskanzlerin Merkel und Bundeswirtschaftsminister Gabriel am 7. September 2015.

Merkur (2019): Markierung für Öko-Haushalte, online unter: merkur.de/politik/vilshofen-gruene-hausnummern-csu-politiker-wuetet-china-laesst-gruessen-florian-hahn-zr-13284619.html (abgerufen am 12.12.2019).

Nassehi, Armin (2019): Muster. Theorie der digitalen Gesellschaft (3. Auflage), München.

National Public Radio (2018): The Science in Science Fiction, online unter: npr.org/2018/10/22/1067220/the-science-in-science-fiction (Minute 11:25) (abgerufen am 03.03.2020).



Neudert, Lisa Maria; Marchal, Nahema (2019): Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication, European Parliamentary Research Service, Brüssel, online unter: europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU(2019)634414_EN.pdf (abgerufen am 17.10.2019).

Niehues, Judith (2019): Soziale Ungleichheit in Deutschland – Wahrnehmung und Wirklichkeit, online unter: ifo.de/DocDL/ifoDD_19-02_06-11_Niehues.pdf (abgerufen am 30.03.2020).

Niehues, Judith; Orth, Anja Katrin (2018): Die gespaltene Mitte. Werte, Einstellungen und Sorgen, Wien, Roman Herzog Institut.

Oldemeyer, Ernst (1978): Zum Problem der Umwertung von Werten. in: Ropohl, Günter (Hrsg.): Maßstäbe der Technikbewertung. Vorträge und Diskussionen, Düsseldorf, VDI, S. 11–65.

Parsons, Talcott; Shils, Edward Albert (1951): Toward a General Theory of Action, Cambridge, Harvard University Press.

Pieper, Jonas; Schneider, Ulrich; Schröder, Wiebke; Stilling, Gwendolyn (2019): 30 Jahre Mauerfall – Ein viergeteiltes Deutschland. Der paritätische Armutsbericht 2019, Der Paritätische Gesamtverband (Hrsg.), Berlin.

Pratt, Mary K. (2009): Computers "changing our values, language, culture", online unter: itbusiness.ca/news/computers-changing-our-values-language-culture/11459 (abgerufen am 12.09.2019).

PricewaterhouseCoopers (2017): Die digitalisierte dezentrale Energieversorgung von morgen gestalten, online unter: pwc.de/de/energiewirtschaft/studie-gestaltungsmoeglichkeiten-energieversorgung.pdf (abgerufen am 23.03. 2020).

Quoidbach, Jordi; Gilbert, Daniel T.; Wilson, Timothy D. (2013): The End of History Illusion. Science, Band 339, Ausgabe 6115, S. 96–98.

RBB (2018): „Berlin geht zwölf Mal am Tag auf die Straße", online unter: rbb24.de/politik/beitrag/2018/12/versammlungen-demos-berlin-protest.html (abgerufen am 27.11.2019).

Reckwitz, Andreas (2017): Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin.

Reinders, Heinz (2016): Wertebildung in der Peergroup: Informelles Lernen im zentralen Feld der Autonomie. Werte lernen und leben – Theorie und Praxis der Wertebildung in Deutschland, Gütersloh, Bertelsmann Stiftung.

Remotti, Luca Alessandro; Damvakeraki, Tonia; Nioras, Alexandros; Britzolakis, Stella (2016): European Value Changes Signals, Drivers, and Impact on EU Research and Innovation Policies, Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research (ISI), Luxemburg.

Ridder, Christa-Maria; Engel, Bernhard (2005): Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich, in: Media Perspektiven, Nr. 9, S. 422–448.

Rödder, Andreas (2019): Werte und Wertewandel in Moderne und Postmoderne, online unter: neuestegeschichte.uni-mainz.de/werte-und-wertewandel-in-moderne-und-postmoderne (abgerufen am 23.10.2019).

Rokeach, Milton (1973): The nature of human values, New York, Free Press.

RTL (2020): RTL/ntv-Trendbarometer. Umfrage: Vertrauen in politische Institutionen und Parteien schwindet weiter, online unter: rtl.de/cms/umfrage-vertrauen-in-politische-institutionen-und-parteien-schwindet-weiter-4468006.html (abgerufen am 07.02.2020).

Schachtner, Christina (1997): Die Technik und das Soziale. Einführung zu: Schachtner, Christina (Hg.) (1997): Technik und Subjektivität. Das Wechselverhältnis von Mensch und Computer aus interdisziplinärer Sicht, Frankfurt.

Scherbeck, Bastian (2016): 11 Trends: So verändern Social Media unsere Welt, online unter: absatzwirtschaft.de/wie-social-media-unsere-welt-veraendern-wird-75563 (abgerufen am 01.11.2019).

Schubarth, Wilfried; Speck, K. (2010): Wertebildung in Jugendarbeit, Schule und Kommune – Bilanz und Perspektiven, Lynen von Berg, Heinz (Hrsg.), Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Schubarth, Wilfried (2018): Wertebildung in der Schule, in: Verwiebe, Roland (Hrsg.), Werte und Wertebildung aus interdisziplinärer Perspektive, Springer VS, S. 79–96.

Schwartz, Shalom H. (1992): Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries, in: Zanna, M. P. (Hrsg.), Advances in experimental socialpsychology, Vol. 25, San Diego, Academic Press, S. 1–65.

Schwartz, Shalom H. (1994): Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values? Journal of Social Issues, Vol. 50, S. 19–45.

Seewann, Lena; Liebhart, Christina (2018): Wertebildung im Arbeitsleben –generationsspezifische Differenzen und Gemeinsamkeiten, in: Verwiebe, Roland (Hrsg.): Werte und Wertebildung aus interdisziplinärer Perspektive, Springer VS, S. 169–193.

Simon, Erk (2007): Medienwirkung – Wissenschaftliche Theorien und Ergebnisse, in: Westdeutscher Rundfunk Köln & Medienzentrum Rheinland (Hrsg.), Arbeitsbuch Medienkompetenz, S. 189–196.

Soeffner, Hans-Georg (2018): Werte in der Gesellschaft – Werte der Gesellschaft, in: Rodenstock, Randolf; Sevsay-Tegethoff, Nese (Hrsg.): Werte – und was sie uns wert sind. Eine interdisziplinäre Anthologie, München, Roman Herzog Institut.

SPIEGEL (2014): Hauptfach Egoismus, online unter: spiegel.de/lebenundlernen/uni/studie-studenten-sind-unpolitisch-und-konsumorientiert-a-999294.html (abgerufen am 15.08.2019).

SPIEGEL (2019a): Arbeitnehmerumfrage: Freizeit schlägt Geld, online unter: spiegel.de/wirtschaft/service/arbeitnehmer-wollen-lieber-mehr-zeit-als-mehr-geld-a-1291944.html (abgerufen am 16.12.2019).

SPIEGEL (2019b): US-Strafzölle auf EU-Produkte in Kraft getreten, online unter: spiegel.de/wirtschaft/soziales/strafzoelle-der-usa-auf-eu-produkte-in-kraft-getreten-a-1292124.html (abgerufen am 15.12.2019)

Stein, Margit (2013): Wertetransmission als Aufgabe der Familie, in: Deutsches Rotes Kreuz e.V., Projektteam Wertebildung in Familien: Werte und Wertebildung in Familien, Bildungsinstitutionen, Kooperationen.

Stein, Margit (2016): Wertebildung in der Familie: Primäre Sozialisationsinstanz mit besonderen Herausforderungen, in: Werte lernen und leben, Theorie und Praxis der Wertebildung in Deutschland. Gütersloh, Verlag Bertelsmann Stiftung.

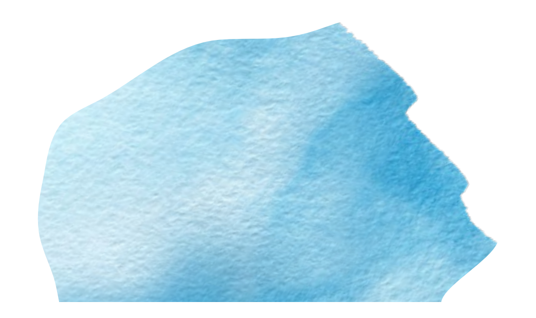
Stockhausen, Maximilian; Calderón, Mariano (2020): IW-Verteilungsreport 2020, Institut der deutschen Wirtschaft (Hrsg.), Köln.

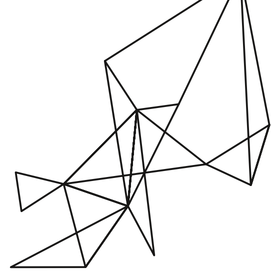
Süddeutsche Zeitung (2018): Was passiert, wenn die Filterblase platzt?, online unter: sueddeutsche.de/medien/filterblase-facebook-youtube-soziale-netzwerke-1.4245243 (abgerufen am 13.12.2019).

Swigger, Nathaniel (2012): The Online Citizen: Is Social Media Changing Citizens' Beliefs About Democratic Values, Political Behavior, Vol. 35.

Süddeutsche Zeitung (2019a): Konjunktur – Ende der goldenen Jahre?, online unter: sueddeutsche.de/wirtschaft/konjunktur-ende-der-goldenen-jahre-1.4286864 (abgerufen am 13.12.2019).

Süddeutsche Zeitung (2019b): Mehr Wettbewerb statt mehr Giganten, online unter: sueddeutsche.de/wirtschaft/eu-wettbewerbsrecht-mehr-wettbewerb-statt-mehr-giganten-1.4325234 (abgerufen am 27.02.2020).





Süddeutsche Zeitung (2019c): Konjunktur – Ende der goldenen Jahre?, online unter: sueddeutsche.de/wirtschaft/konjunktur-ende-der-goldenen-jahre-1.4286864 (abgerufen am 13.12.2019).

Tagesschau (2019a): Shell-Jugendstudie: Mehr politisches Engagement, Angst vor Umweltverschmutzung, online unter: youtube.com/watch?v=Df8VS0WAvpE (abgerufen am 29.11.2019).

Tagesschau (2019b): „Recht auf Vergessen“ nicht weltweit, online unter: tagesschau.de/wirtschaft/google-eugh-101.html (abgerufen am 05.03.2020).

Tagesschau (2019c): Neue Milliardenstrafe gegen Google, online unter: tagesschau.de/wirtschaft/google-eu-strafe-103.html (abgerufen am 02.03.2020).

Tagesschau (2019d): Klima toppt Wirtschaft, online unter: tagesschau.de/inland/deutschlandtrend-1807.html (abgerufen am 03.02.2020).

Tagesspiegel (2018): Regierungsberater Gerd Gigerenzer – „Wir sind längst auf dem Weg in den Überwachungsstaat“, online unter: tagesspiegel.de/wirtschaft/regierungsberater-gerd-gigerenzer-wir-sind-laengst-auf-dem-weg-in-den-ueberwachungsstaat/20950328.html (abgerufen am 12.12.2019).

Taleb, Nassim Nicholas (2008): Der Schwarze Schwan: Die Macht höchst unwahrscheinlicher Ereignisse, München, Hanser.

TechCrunch (2019): The ‘splinternet’ is already here, online unter: techcrunch.com/2019/03/13/the-splinternet-is-already-here (abgerufen am 19.12.2019).

TEDx Talks (2017): Mike Duffy: The critical importance of friends on your happiness, online unter: youtube.com/watch?v=3VRi6gWj98E (abgerufen am 22.08.2019).

Tegeler, Julia; Vopel, Stephan (2016): Werte lernen und leben – Theorie und Praxis der Wertebildung in Deutschland, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Gütersloh.

Tegeler, Julia; Märtin, René (2017): Leitlinien für die Wertebildung von Kindern und Jugendlichen, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), Gütersloh.

Tenorth, Heinz-Elmar; Tippelt, Rudolf (2007): Lexikon Pädagogik, Weinheim/Basel, Beltz.

The Economist (2019): Is Germany’s golden decade coming to an end?, online unter: economist.com/europe/2019/01/26/is-germanys-golden-decade-coming-to-an-end (abgerufen am 18.12.2019).

The Guardian, Timothy Garton Ash (2018): The EU’s core values are under attack as never before. It must defend them, online unter: theguardian.com/commentisfree/2018/may/07/eu-core-values-viktor-orban-hungary-fidesz-party-expel-parliament-grouping (abgerufen am 09.09.2019).

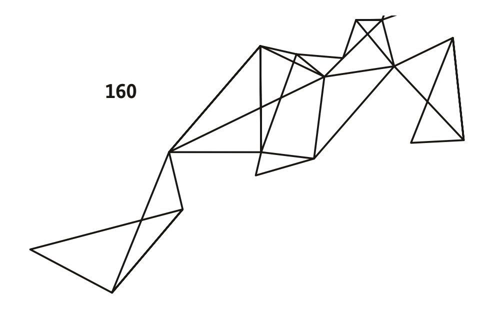
The Guardian, Simon Parkin (2019): The rise of the deepfake and the threat to democracy, online unter: theguardian.com/technology/ng-interactive/2019/jun/22/the-rise-of-the-deepfake-and-the-threat-to-democracy (abgerufen am 18.12.2019).

Treffpunkt: Zukunft – Podcast (2017a): Folge 6 – Nicole Brandes, online unter: open.spotify.com/show/6kmwf81yjnWgx8t55XN5Cx (abgerufen am 10.10.2019).

Treffpunkt: Zukunft – Podcast (2017b): Folge 7 – Ali Mahlodji, online unter: open.spotify.com/show/6kmwf81yjnWgx8t55XN5Cx (abgerufen am 10.10.2019).

Umweltbundesamt (2020): Erneuerbare Energie in Zahlen, online unter: umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/erneuerbare-energien/erneuerbare-energien-in-zahlen#uberblick (abgerufen am 23.03.2020).

Vehrkamp, Robert (2015): Politische Ungleichheit – neue Schätzungen zeigen die soziale Spaltung und Wahlbeteiligung, online unter: bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/ZD_EINWURF_2_2015.pdf (abgerufen am 10.08.2019).



Vehrkamp, Robert; Merkel, Wolfgang (2018): Populismusbarometer 2018. Populistische Einstellungen bei Wählern und Nichtwählern in Deutschland 2018, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (Hrsg.), Berlin.

Verwiebe, Roland (2018): Werte und Wertebildung – einleitende Bemerkungen und empirischer Kontext, in Werte und Wertebildung aus interdisziplinärer Perspektive, Wien, Springer VS.

Vergin, Julia (2018): Whatsapp, Instagram und Co.: Soziale Medien setzen Kinder unter Druck, online unter: dw.com/de/whatsapp-instagram-und-co-soziale-medien-setzen-kinder-unter-druck/a-43050622 (abgerufen am 10.08.2019).

Verwiebe, Roland; Seewann, Lena; Wolf, Margarita (2018): Zur Relevanz verschiedener Lebensbereiche für die Entstehung individueller Werthaltungen. Aktuelle Befunde für Österreich aus einer Mixed-Methods-Studie, Österreichische Zeitschrift für Soziologie, Vol. 43, S. 179–201.

Vössing, Konstantin (2018): Digitalisierung verstärkt die politische Polarisierung, online unter: medienpolitik.net/2018/01/internet-digitalisierung-verstaerkt-die-politische-polarisierung (abgerufen am 20.09.2019).

WDR 5 (2019a): Das philosophische Radio – Grundlegend? – Religion in unserer Gesellschaft, online unter: www1.wdr.de/mediathek/audio/wdr5/wdr5-das-philosophische-radio/index.html (abgerufen am 20.11.2019).

WDR 5 (2019b): Das philosophische Radio – Grundlegend? – Sinnvoll? Selbstoptimierung, online unter: www1.wdr.de/mediathek/audio/wdr5/wdr5-das-philosophische-radio/audio-grundlegend---religion-in-unserer-gesellschaft-100.html (abgerufen am 20.11.2019).

Welt (2018a): Plötzlich lieben Apple, Facebook und Google den EU-Datenschutz, online unter: welt.de/wirtschaft/article175437326/DSGVO-Europaeischer-Datenschutz-koennte-zur-Weltnorm-werden.html (abgerufen am 05.03.2020).

Welt (2018b): Immer mehr Deutsche verlassen das Land, online unter: welt.de/politik/deutschland/article174502114/Zu-und-Abwanderungen-Immer-mehr-Deutsche-verlassen-das-Land.html (abgerufen am 12.12.2019).

Welt (2019a): Der ehrgeizige Industrie-Plan von Deutschland und Frankreich, online unter: welt.de/wirtschaft/article189073407/Altmaier-und-Le-Maire-entwickeln-gemeinsame-Industriestrategie.html (abgerufen am 07.03.2020).

Welt (2019b): Vilshofen verteilt nun Urkunden statt grüner Hausnummern, online unter: welt.de/vermischtes/article204156960/Vilshofen-verteilt-nun-Urkunden-statt-gruener-Hausnummern.html (abgerufen am 17.12.2019).

Weser-Kurier (2019): Umfrage – Jeder Fünfte für Sozialpunkte-System wie in China, online unter: weser-kurier.de/deutschland-welt/deutschland-welt-vermischtes_artikel,-umfrage-jeder-fuenfte-fuer-sozialpunktesystem-wie-in-china-_arid,1859753.html (abgerufen am 13.12.2019).

Wetzel, Jan (2017): Forschungsbericht III. Ergebnisse der Vermächtnisstudie zum Thema Familie und Partnerschaft, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (Hrsg.), Berlin.

Wikipedia (2019): Cybergeddon, online unter: en.wikipedia.org/wiki/Cybergeddon (abgerufen am 17.12.2019).

Wilms, Falko (Hrsg., 2006): Szenariotechnik. Vom Umgang mit der Zukunft, Bern.

Wippermann, Peter; Krüger, Jens (2018): Werte-Index 2018, Frankfurt am Main, Deutscher Fachverlag GmbH.

Wohlers, Katja; Hombrecher, Michaela (2016): Entspann dich, Deutschland. TK-Stressstudie 2016, Techniker Krankenkasse (Hrsg.), Hamburg.

Wolf, Margarita (2018): Wie Werte erlernt werden: Zur Rolle zivilgesellschaftlicher Organisationen bei der Internalisierung von Werten, in: Verwiebe, Roland: Werte und Wertebildung aus interdisziplinärer Perspektive, Springer VS.

World Economic Forum (2014). Global Risks Report 2014, online unter: www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2014.pdf (abgerufen am 17.12.2019).

YouGov (2017): Mehrheit sieht Kapitalismus kritisch, online unter: yougov.de/news/2017/08/24/mehrheit-sieht-kapitalismus-krimehrheit-sieht-kapi (abgerufen am 16.12.2019).

YouGov (2019): Social Scoring: Zwei von fünf Deutschen würden gerne das Verhalten ihrer Mitmenschen bewerten, online unter: yougov.de/news/2019/02/04/social-scoring-zwei-von-funf-deutschen-wurden-gern (abgerufen am 12.12.2019).





8 ANSPRECHPARTNERINNEN UND -PARTNER



Ansprechpartner Kampagnenbüro Strategische Vorausschau:

Gustav-Meyer-Allee 25 | Gebäude 13/5
13355 Berlin
Telefon: (030) 818 777 158
E-Mail: kontakt@vorausschau.de | presse@vorausschau.de
Internet: vorausschau.de

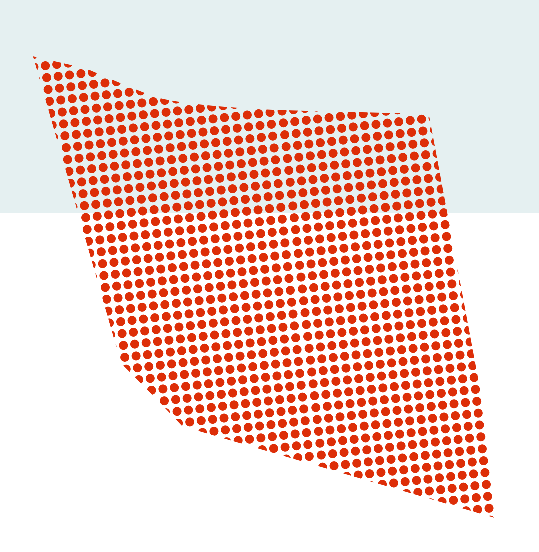


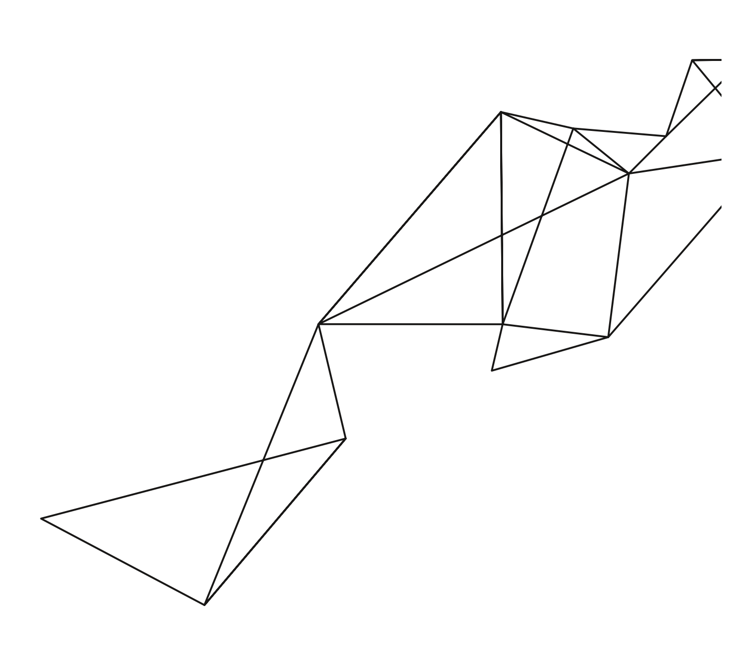
Ansprechpartner Zukunftsbüro:

Michael Astor
Supervision und Gesamtprojektleitung
bei der Prognos AG

Cordula Klaus
Projektleitung bei der Prognos AG

Dr. Christian Grünwald
Projektleitung bei der Z_punkt GmbH









9 ANHANG

9.1 Abbildungen und Tabellen

9.1.1 Explorative Szenarien



Abbildung 12: Übersicht über die finalen Schlüsselfaktoren und morphologischer Kasten

Morphologischer Kasten

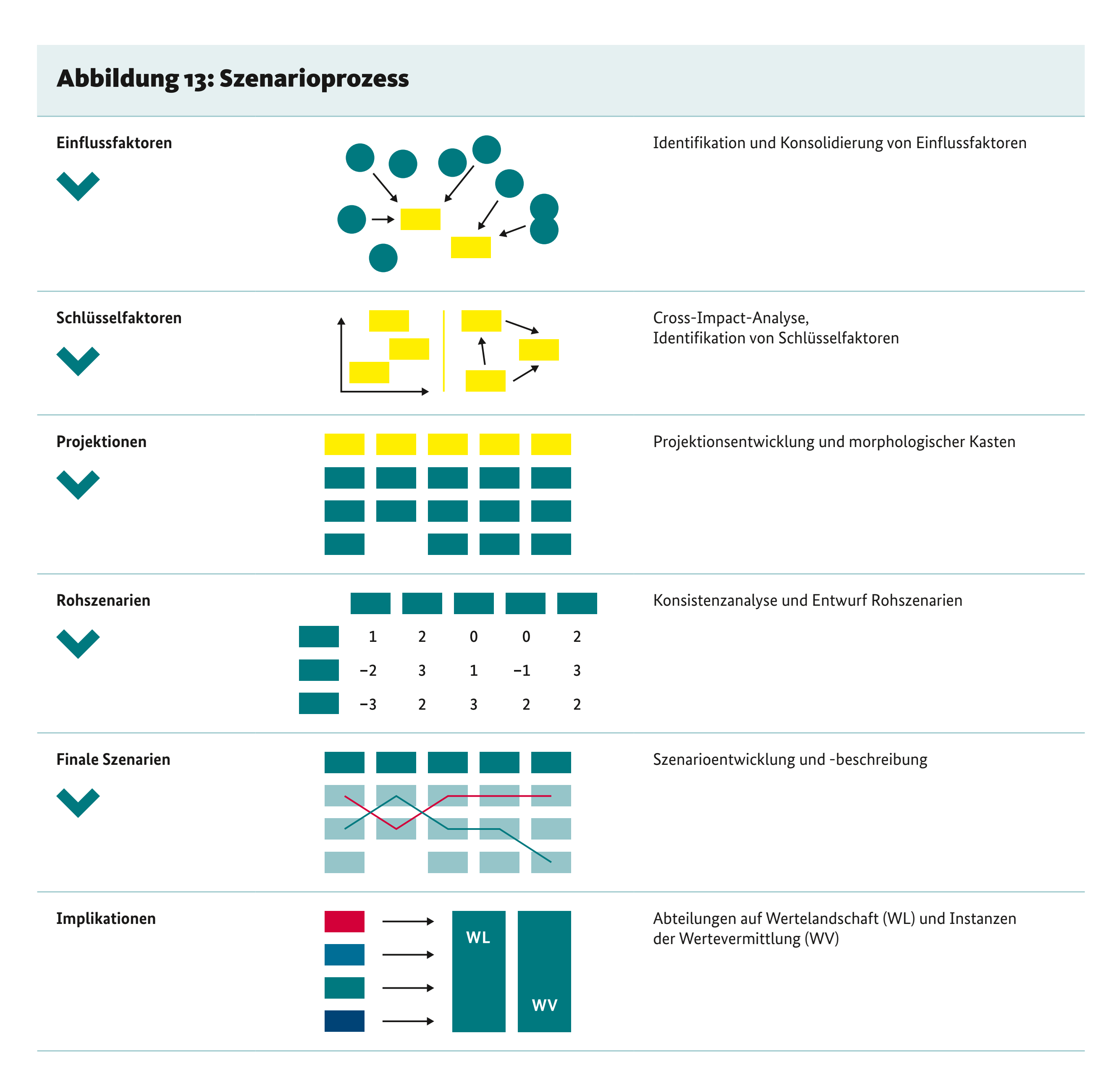
Schlüsselfaktor	Projektionen			
Demografische Entwicklung	(1) Wachsende Diversität, leichtes Bevölkerungswachstum	(2) Zukunft ohne Zuwachs und Zuzüge	(3) Leicht wachsende Diversität, leichter Zuwanderungsrückgang	(4) Hohe Diversität, hoher Bevölkerungszuwachs
Urbanisierung und ländliche Entwicklung	(1) Verstädterung und Konzentration außerhalb ländlicher Räume	(2) Urbanisierungsplateau, Wiederentdeckung des Ländlichen	(3) Stadtflucht in attraktive ländliche Räume	
Soziale Ungleichheit und Teilhabe	(1) Zementierte Ungleichheit	(2) Tendenzielle Nivellierung und breiterer Wohlstand	(3) Neue Aufstiegsperspektiven	(4) Post-Mittelstandsgesellschaft
Zugang zu Bildung und Wissen	(1) Schleppende Anpassung	(2) Kompetenzlücke in der Breite	(3) Neue Bildungsinitiative	
Grad der digitalen Transformation des Alltags	(1) Digitaler Lebensstil	(2) Digitaler Pragmatismus	(3) Digitales Nervensystem	
Wahrgenommene Sicherheit und Stabilität	(1) Verunsicherung	(2) Relatives Sicherheitsgefühl	(3) Steigende Verunsicherung	(4) Massiver wahrgenommener Verlust von Stabilität
Fortschritt in Biotechnologie und Materialwissenschaft	(1) Inkrementelle Weiterentwicklung und Implementierung	(2) Überschätztes Potenzial	(3) Keimzelle eines neuen Kondratieff-Zyklus	
Grad der Automatisierung	(1) Kontext-basierter KI-Fortschritt und kollaborative Robotik	(2) KI-Boom und autonome Robotik	(3) Neuer KI-Winter	
Komfortniveau und Barrieren in der Alltagsmobilität	(1) Alltägliche Mobilität deutlich erschwert	(2) Komfortable Alltagsmobilität	(3) Mobilitätszeit als Qualitätszeit	
Wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland	(1) Internationalisierung und Regionalisierung, Wachstum im Rahmen der Erwartungen	(2) Fortschreitende Internationalisierung, solides Wachstum	(3) Internationalisierung und Regionalisierung, deutsche Wirtschaft fällt zurück	(4) Abnehmende Internationalisierung, deutsche Wirtschaft leidet
Sichtbarkeit von Klimawandelfolgen, Umweltverschmutzung und Naturkatastrophen	(1) Begrenzte Wirkung, aber hohe Sichtbarkeit in Deutschland	(2) Begrenzte Wirkung und Sichtbarkeit in Deutschland	(3) Disruptive Wirkung durch Klimawandel und Umweltverschmutzung	
Globale Machtverschiebung und internationale Zusammenarbeit	(1) Nationale und regionale Egoismen dominieren, wachsende Spannungen	(2) Stabile internationale Zusammenarbeit und Verflechtungen	(3) Neue Blockkonstellationen, wachsende Spannungen	(4) China als neue Hegemonialmacht
Eingriffstiefe des Staats	(1) Thematisch variierende Eingriffstiefe	(2) Liberaler, reduzierter Nationalstaat, hohe Eigeninitiative	(3) Regulierung v. a. getrieben durch Partikularinteressen	(4) Umfassende Regulierung

Fortsetzung Abbildung 12:

Morphologischer Kasten				
Schlüsselfaktor	**Projektionen**			
Wahrgenommene Wirksamkeit staatlicher Dienstleistungen und Daseinsvorsorge	(1) Wachsende Enttäuschung	(2) Enttäuschung und Resignation in der Breite	(3) Mehrheitliche Zufriedenheit, Teilbereiche mit großer Enttäuschung	
Entwicklung der Europäischen Union	(1) Reduziertes EU-Mandat, Kooperation nur in Kernfragen (z. B. Binnenmarkt)	(2) Wiederbelebung der Zusammenarbeit auf hoher Ebene (und ehrgeizige Ziele)	(3) EU der unterschiedlichen Integrationsniveaus	(4) Kleinere, aber entschlossenere EU

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

Abbildung 13: Szenarioprozess



Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

Abbildung 14: Übersicht über Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario „Der europäische Weg“

Der europäische Weg **Veränderung in den 2030ern**		
Soziale Werte		
(u. a. menschliche Nähe, Familie, Partnerschaft, Freundschaft)	Teilweise Neuaufladung	**Zwischenmenschlicher Austausch** orientiert sich viel stärker als bislang über innereuropäische Grenzen hinweg, multinationale Familienverbände entstehen; **soziale Werte** bleiben wichtig.
Bewusstseinsbezogene Werte		
(u. a. Umwelt, Nachhaltigkeit, Gesundheit)	Relevanz steigend	**Bewusstseinsorientierte Werte** werden relevanter, Europa nimmt eine führende Rolle beim Klima- und Konsumentinnen-und-Konsumenten-Schutz ein, was sich auch in persönlichen Handlungen und Haltungen widerspiegelt.
Selbstbestimmungsorientierte Werte		
(u. a. Freiheit [politisch und individuell], Unabhängigkeit)	Relevanz abnehmend	Abnehmende Relevanz von **selbstbestimmungsorientierten Werten** angesichts des weitverbreiteten Wunschs nach einer starken Politik mit klaren Leitplanken. Zudem setzt sich digitale Assistenz flächendeckend durch.
Gemeinschaftsbezogene Werte		
(u. a. Solidarität, Gleichheit bzw. [Generations-]Gerechtigkeit, Toleranz)	Relevanz steigend, teilweise Neuaufladung	Die Reichweite **gemeinschaftsbezogener Werte** wird erweitert und zunehmend europäisch definiert. Diese Werte verfestigen sich. Damit wird auch der (Vergleichs-)Maßstab für leistungsorientierte Werte europäisiert.
Leistungsorientierte, materialistische Werte		
(u. a. Leistung, Erfolg, Lebensstandard)	Relevanz steigend	**Leistungsorientierte Werte** gewinnen angesichts des harten globalen Wettbewerbs an Bedeutung. Erfolg wird auch immer im globalen Vergleichskontext definiert. Dabei kommt es zu Kongruenzen zwischen kollektiven und individuellen Erfolgen (z. B. persönlicher Stolz auf starke europäische Wirtschaft).
Hedonistische Werte		
(u. a. Lebensfreude, Abenteuer/Spannung)	Relevanz abnehmend, Neuaufladung	**Hedonistische Werte** büßen ihren hohen Stellenwert ein, angesichts der Folgen des Klimawandels findet ein Bewusstseinswandel hin zu mehr „Ernsthaftigkeit“ statt. Lebensqualität ist die neue Lebensfreude.
Politikorientierte Werte		
(u. a. Politikengagement, Einfluss/ Macht, Eigenverantwortung)	Teilweise Neuaufladung	**Politisches Engagement** europäisiert sich, sowohl auf zivilgesellschaftlicher als auch auf parteipolitischer Ebene. Es entsteht eine europäische Innenpolitik, die auch den Betätigungsrahmen für politisches Engagement definiert.
Gestaltungsorientierte Werte		
(u. a. Kreativität, Offenheit/ Aufgeschlossenheit)	Relevanz steigend, Wechselwirkung	**Gestaltungsorientierte Werte** bilden in der globalen Wissensökonomie eine zentrale Ressource. Kreativität ist Teil vieler Jobprofile und entsprechend wichtig und bildet Querschnittsmengen mit den leistungsorientierten Werten.
Normorientierte Werte		
(u. a. Sicherheit, Gesetzesakzeptanz)	Relevanz steigend	**Normorientierte Werthaltungen** der Menschen treiben die Politik: Diese soll Sicherheit in allen Lebenslagen vermitteln. Zugleich hat das Sicherheitsgefühl der meisten Bürgerinnen und Bürger zugenommen.
Traditionsorientierte Werte		
(u. a. Konservatismus, Nationalstolz, Gläubigkeit)	Relevanz abnehmend, teilweise Neuaufladung	**Traditionsorientierte Werte** erleben einerseits eine Abwertung, indem etwa der Nationalstolz abnimmt, gleichzeitig aber eine Neucodierung als Stolz auf den „europäischen Sonderweg“ (der aber selbst noch keine Tradition darstellt), was auch der Abgrenzung gegenüber anderen Weltregionen dient.

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

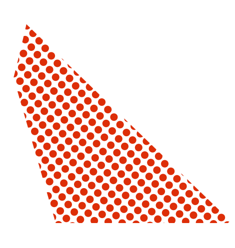


Abbildung 15: Übersicht über Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario „Wettbewerbsmodus“

Wettbewerbsmodus **Veränderung in den 2030ern**		
Soziale Werte		
(u. a. menschliche Nähe, Familie, Partnerschaft, Freundschaft)	Relevanz abnehmend	**Familie, Partnerschaft und Freundschaft** werden dem Leistungsprinzip untergeordnet, müssen also so organisiert werden, dass Leistungserbringung möglich ist.
Bewusstseinsbezogene Werte		
(u. a. Umwelt, Nachhaltigkeit, Gesundheit)	Neuaufladung	**Bewusstseinsorientierte Werte** werden durch eine weitreichende Ökonomisierung neu aufgeladen. Gesundheit ist Teil des Leistungsprinzips, Klima- und Umweltschutz werden vor allem in Marktkategorien gedacht.
Selbstbestimmungsorientierte Werte		
(u. a. Freiheit [politisch und individuell], Unabhängigkeit)	Relevanz stark steigend	Das hohe Maß an Eigenverantwortung in der Gesellschaft führt zu einem starken Bedeutungszuwachs von **selbstbestimmungsorientierten Werten.** Freiheit, sowohl individuell als auch unternehmerisch, ist ein zentrales Element der Gesellschaft.
Gemeinschaftsbezogene Werte		
(u. a. Solidarität, Gleichheit bzw. [Generations-]Gerechtigkeit, Toleranz)	Relevanz abnehmend	**Gemeinschaftsbezogene Werte** verlieren angesichts eines stark ausgeprägten Individualismus an Bedeutung. Materielle Ungleichheiten werden im Sinne des Leistungsprinzips von den meisten Menschen akzeptiert.
Leistungsorientierte, materialistische Werte		
(u. a. Leistung, Erfolg, Lebensstandard)	Relevanz stark steigend	**Leistungsorientierte Werte** gewinnen stark an Bedeutung, Arbeit und Lebensführung werden zur Leistungsschau. Hohe Leistungsfähigkeit wird bewundert und entsprechend medial verbreitet, sowohl in den klassischen Medien als auch in den sozialen. Leistungsstarke Vorbilder prägen die Gesellschaft.
Hedonistische Werte		
(u. a. Lebensfreude, Abenteuer/Spannung)	Relevanz steigend, Wechselwirkung	**Hedonistische Werte** sind eher Mittel zum Zweck, die Darstellung eines aufregenden, von Lebensfreude geprägten Daseins dient der Zurschaustellung der eigenen Leistungsfähigkeit. Hedonistische Werte stehen dabei in Wechselwirkung zu **leistungsorientierten Werten.**
Politikorientierte Werte		
(u. a. Politikengagement, Einfluss/Macht, Eigenverantwortung)	Relevanz abnehmend	**Politisches Engagement** wird seltener aus Überzeugung und oft aus Kosten-Nutzen-Kalkül in Betracht gezogen. Entsprechend kommt es zu einer Vielzahl von Quereinstiegen, aber auch Querausstiegen.
Gestaltungsorientierte Werte		
(u. a. Kreativität, Offenheit/Aufgeschlossenheit)	Relevanz steigend	Es kommt zu einer starken Ökonomisierung der **gestaltungsorientierten Werte:** Kreativ zu sein ist Ausdruck der eigenen Leistungsfähigkeit in der Wissensökonomie. Kreativität wird zu einer Ressource der Leistungsorientierung.
Normorientierte Werte		
(u. a. Sicherheit, Gesetzesakzeptanz)	Relevanz steigend	Es herrscht ein hohes Maß an **Sicherheits- und Stabilitätsempfinden.** Der Staat wird als Garant und Hüter fairer Wettbewerbsbedingungen gesehen.
Traditionsorientierte Werte		
(u. a. Konservatismus, Nationalstolz, Gläubigkeit)	Relevanz abnehmend	**Traditionsorientierte Werte** verlieren in der dynamischen Ökonomie an Bedeutung und werden als „Bremsklötze“ und Hindernisse auf dem Weg zu mehr Wettbewerbsfähigkeit gesehen.

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

Abbildung 16: Übersicht über Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario „Rückkehr der Blöcke“

Rückkehr der Blöcke **Veränderung in den 2030ern**		
Soziale Werte		
(u. a. menschliche Nähe, Familie, Partnerschaft, Freundschaft)	Relevanz steigend	**Soziale Werte** gehen über den Kontext der Kernfamilie hinaus und sind an die Versorgungsfunktion gekoppelt (z. B. finanzielle Absicherung, Betreuung von Angehörigen). Eine kleine kosmopolitische Elite wünscht sich innerhalb des geopolitischen Blocks den internationalen Austausch.
Bewusstseinsbezogene Werte		
(u. a. Umwelt, Nachhaltigkeit, Gesundheit)	Relevanz abnehmend, Neuaufladung	**Bewusstseinsbezogene Werte** sind einerseits Austragungsort gesellschaftlicher Konfliktlinien, andererseits werden sie zur Abgrenzung gegenüber anderen Blöcken instrumentalisiert. Für viele Menschen sind sie schlicht nicht ökonomisch abbildbar.
Selbstbestimmungsorientierte Werte		
(u. a. Freiheit [politisch und individuell], Unabhängigkeit)	Relevanz abnehmend	**Selbstbestimmungsorientierte Werte** werden eingetauscht gegen normorientierte Werte wie Sicherheit und Stabilität – insbesondere im Sinne ökonomischer Beständigkeit und aufgrund der Sorge vor externen Einflüssen.
Gemeinschaftsbezogene Werte		
(u. a. Solidarität, Gleichheit bzw. [Generations-]Gerechtigkeit, Toleranz)	Relevanz stark steigend	**Gemeinschaftsbezogene Werte** gewinnen erheblich an Relevanz: Ausgelöst durch die soziale und ökonomische Spaltung entsteht ein starker Wunsch nach Solidarität und Zusammenhalt auf gesamtgesellschaftlicher Ebene.
Leistungsorientierte, materialistische Werte		
(u. a. Leistung, Erfolg, Lebensstandard)	Neuaufladung	**Leistung** dient nicht mehr dem persönlichen oder gesellschaftlichen Fortschritt, sondern ist im Kontext ökonomischer Unsicherheit und Mehrfachbeschäftigung Mittel zum Zweck für das Überleben.
Hedonistische Werte		
(u. a. Lebensfreude, Abenteuer/Spannung)	Neuaufladung	**Hedonistische Werte** werden im Sinne von „Verdrängung durch Eskapismus“ neu aufgeladen.
Politikorientierte Werte		
(u. a. Politikengagement, Einfluss/Macht, Eigenverantwortung)	Neuaufladung	**Verschmelzung von norm- und politikorientierten Werten**: Die äußere Bedrohungslage führt einerseits zu einer Politisierung der Gesellschaft durch die Angst vor den konkurrierenden Systemen anderer Blöcke. Andererseits gibt es eine Homogenisierung politischer Einstellungen mit „Sicherheit“ als Leitbild.
Gestaltungsorientierte Werte		
(u. a. Kreativität, Offenheit/Aufgeschlossenheit)	Relevanz abnehmend	**Gestaltungsorientierte Werte** werden eingetauscht gegen normorientierte Werte wie Sicherheit und Stabilität – insbesondere im Sinne ökonomischer Beständigkeit und aufgrund der Sorge vor externen Einflüssen.
Normorientierte Werte		
(u. a. Sicherheit, Gesetzesakzeptanz)	Relevanz stark steigend	**Verschmelzung von norm- und politikorientierten Werten:** Die äußere Bedrohungslage führt einerseits zu einer Politisierung der Gesellschaft durch die Angst vor den konkurrierenden Systemen anderer Blöcke. Andererseits gibt es eine Homogenisierung politischer Einstellungen mit „Sicherheit“ als Leitbild.
Traditionsorientierte Werte		
(u. a. Konservatismus, Nationalstolz, Gläubigkeit)	Relevanz steigend	**Traditionsorientierte Werte** sind einerseits Austragungsort gesellschaftlicher Konfliktlinien, andererseits werden sie zur Abgrenzung gegenüber anderen Blöcken instrumentalisiert. Gesellschaftliche Überalterung fördert die Konservierung traditionsorientierter Werte, zudem gewinnt Nationalstolz an Relevanz.

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

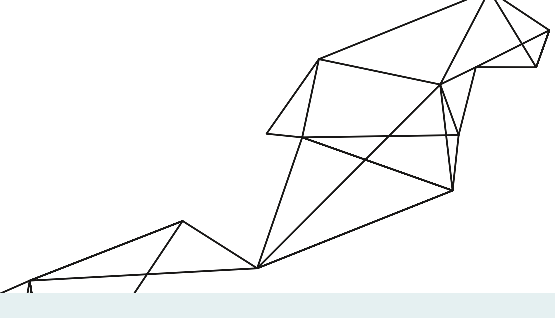
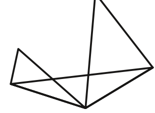




Abbildung 17: Übersicht über Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario „Tempounterschiede“

Tempounterschiede Veränderung in den 2030ern		
Soziale Werte		
(u. a. menschliche Nähe, Familie, Partnerschaft, Freundschaft)	Neuaufladung	**Zwischenmenschliche Interaktion** wird durch digitale Kommunikation und Filterblasen beeinflusst.
Bewusstseinsbezogene Werte		
(u. a. Umwelt, Nachhaltigkeit, Gesundheit)	Relevanz steigend	**Bewusstseinsorientierte Werte** werden relevanter (auch durch sozialen Druck), allerdings gibt es eine anhaltend hohe Diskrepanz zwischen Werten und persönlichen Handlungen, insbesondere bezüglich Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein.
Selbstbestimmungsorientierte Werte		
(u. a. Freiheit [politisch und individuell], Unabhängigkeit)	Relevanz abnehmend	Abnehmende Relevanz von **selbstbestimmungsorientierten Werten** angesichts einer gefühlten Überforderung durch komplexe Alltagswelten. Digitale Assistenz setzt sich flächendeckend durch, da sich die Menschen davon Entlastung versprechen.
Gemeinschaftsbezogene Werte		
(u. a. Solidarität, Gleichheit bzw. [Generations-]Gerechtigkeit, Toleranz)	Relevanz stark steigend	**Gemeinschaftsbezogene Werte** nehmen innerhalb von kleineren Gemeinschaften stark zu, womit auch Polarisierungstendenzen und Abgrenzungen zu anderen Gruppen verstärkt werden. Zwischen den einzelnen Filterblasen kommt es zum Filterclash. Die Gesellschaft ist geprägt von starken Polarisierungstendenzen.
Leistungsorientierte, materialistische Werte		
(u. a. Leistung, Erfolg, Lebensstandard)	Relevanz gleichzeitig abnehmend und zunehmend	**Leistungsorientierte Werte** erleben eine Zweiteilung: Sie verlieren einerseits angesichts der Enttäuschungen, die aus der zementierten sozialen Ungleichheit resultieren, an Relevanz. In den wirtschaftlichen Zentren gewinnen sie dagegen an Relevanz.
Hedonistische Werte		
(u. a. Lebensfreude, Abenteuer/Spannung)	Relevanz steigend, Wechselwirkung	Sinnsuche in Form von ausbalanciertem Eskapismus (z. B. Digital Detox), dabei kommt es zu einer Suche nach dem Extremen und Besonderen. **Hedonistische Werte** stehen dabei in Konkurrenz zu **leistungsorientierten Werten.**
Politikorientierte Werte		
(u. a. Politikengagement, Einfluss/Macht, Eigenverantwortung)	Relevanz steigend	**Politisches Engagement** ist erratisch und aktionistisch (themenspezifisch und auf begrenzte Zeiträume beschränkt), Parteien wollen zu einer Bewegung werden.
Gestaltungsorientierte Werte		
(u. a. Kreativität, Offenheit/Aufgeschlossenheit)	Relevanz steigend	Es kommt zu einer Ökonomisierung der **gestaltungsorientierten Werte:** Es besteht eine Art „Zwang“, kreativ zu sein. Kreativität wird zu einer Ressource der Leistungsorientierung.
Normorientierte Werte		
(u. a. Sicherheit, Gesetzesakzeptanz)	Relevanz steigend	Gefühltes Alltagsrisiko und Polarisierungen treiben **Normorientierung:** Dinge, die früher als sicher und stabil wahrgenommen wurden, werden als potenziell unsicher und gefährlich eingestuft.
Traditionsorientierte Werte		
(u. a. Konservatismus, Nationalstolz, Gläubigkeit)	Relevanz steigend	**Traditionsorientierte Werte** erleben eine Aufwertung und Neucodierung als „Leitplanken“, die Orientierung im Alltag leisten und zur Selbstvergewisserung dienen.

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

Abbildung 18: Übersicht über Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario „Das Bonus-System"

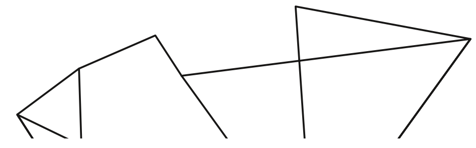
Das Bonus-System **Veränderung in den 2030ern**		
Soziale Werte		
(u. a. menschliche Nähe, Familie, Partnerschaft, Freundschaft)	Relevanz steigend, Neuaufladung	Punkteorientierung: Anreize im Rahmen des Punktesystem erhöhen die Relevanz **sozialer Werte** und bestimmten z. T. auch über Kontakte (z. B. Pflege Angehöriger, gefährden bestimmte Personen meinen Punktestand?).
Bewusstseinsbezogene Werte		
(u. a. Umwelt, Nachhaltigkeit, Gesundheit)	Relevanz steigend	Dem Staat kommt eine zentrale Steuerungsfunktion in den Bereichen Umweltschutz und Gesundheit zu, wodurch diese eine hohe Relevanz erhalten (**bewusstseinsbezogene Werte**). Die Diskrepanz zum persönlichen Verhalten ist zunehmend aufgelöst.
Selbstbestimmungsorientierte Werte		
(u. a. Freiheit [politisch und individuell], Unabhängigkeit)	Neuaufladung, Wechselwirkung	Bei den **selbstbestimmungsorientierten Werten** wandelt sich der Wert der Selbstbestimmung – insbesondere bei den Teilnehmenden des Punktesystems. Er wird zunehmend gleichgesetzt mit Sicherheit (**normorientierte Werte**). Selbstbestimmung wird teilweise dem Punktesystem unterworfen, allerdings zuvor Partizipation an der Ausgestaltung. Drohender Konflikt mit einer Minderheit, die diese Interpretation nicht teilt und das Punktesystem ablehnt.
Gemeinschaftsbezogene Werte		
(u. a. Solidarität, Gleichheit bzw. [Generations-] Gerechtigkeit, Toleranz)	Neuaufladung	**Gemeinschaftsbezogene Werte** scheinen vordergründig an Bedeutung zu gewinnen, werden tatsächlich aber eher durch Punkteanreiz aufrechterhalten (was kein Indikator für eine generelle Stärkung gemeinschaftsbezogener Werte ist).
Leistungsorientierte, materialistische Werte		
(u. a. Leistung, Erfolg, Lebensstandard)	Relevanz stark steigend, Neuaufladung	**Leistungsbezogene Werte** gewinnen deutlich an Relevanz (Wettbewerbsgedanke mit Blick auf das Punktesystem). Der Leistungs- und Statusbegriff wird ausgeweitet (ausgedrückt durch Punktestand). Konformität führt zu Boni, die u.a. bestimmte materielle Ziele leichter realisierbar machen.
Hedonistische Werte		
(u. a. Lebensfreude, Abenteuer/Spannung)	Relevanz steigend	**Hedonistische Werte** werden teilweise dem Punktesystem unterworfen, gewinnen an Relevanz: Flucht aus dem Punktesystem, wodurch Wunsch nach Spaß/Ablenkung befriedigt wird. Natürlichkeit wird zum Gegenpol im digitalen Nervensystem.
Politikorientierte Werte		
(u. a. Politikengagement, Einfluss/Macht, Eigenverantwortung)	Relevanz steigend, Neuaufladung	**Politikorientierte Werte** gewinnen im Zuge der Ausverhandlung des Punktesystems und der Rolle der Privatwirtschaft via **Digital Liquid Democracy** an Bedeutung. Das Punktesystem führt zu einer „gefühlten" Wahlpflicht, da Nichtwählen als nicht gesellschaftskonform gilt. Es gibt Konfliktpotenzial mit der Minderheit, die das freiwillige Punktesystem ablehnt.
Gestaltungsorientierte Werte		
(u. a. Kreativität, Offenheit/ Aufgeschlossenheit)	Neuaufladung	Fokus der **gestaltungsorientierten Werte** liegt auf Technologien und ihrer Anwendung, von denen sich Menschen konkrete Mehrwerte und Lösungen erhoffen (Voraussetzung für digitales Nervensystem und Punktesystem). Transformative Fähigkeiten von KI-Systemen konkurrieren mit menschlichen Fähigkeiten (z. B. algorithmische Kunst).
Normorientierte Werte		
(u. a. Sicherheit, Gesetzesakzeptanz)	Neuaufladung, Wechselwirkung	Bei den **selbstbestimmungsorientierten Werten** wandelt sich der Wert der Selbstbestimmung – insbesondere bei den Teilnehmenden des Punktesystems. Er wird zunehmend gleichgesetzt mit Sicherheit (**normorientierte Werte**). Gesetzesakzeptanz umschließt die Gesetzmäßigkeiten des Punktesystems. Drohender Konflikt mit einer Minderheit, die diese Interpretation nicht teilt und das Punktesystem ablehnt.
Traditionsorientierte Werte		
(u. a. Konservatismus, Nationalstolz, Gläubigkeit)	Relevanz abnehmend, Neuaufladung	**Konservatives und Altbekanntes** werden vor dem Hintergrund des technologischen Fortschritts aufgeladen und ordnen sich im Zweifel unter. Man ist stolz, dass man die Folgen der digitalen Transformation ausverhandelt (gesellschaftliche Errungenschaft).

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.

Abbildung 19: Übersicht über Veränderungen in der Wertelandschaft im Szenario „Ökologische Regionalisierung“

Ökologische Regionalisierung **Veränderung in den 2030ern**		
Soziale Werte		
(u. a. menschliche Nähe, Familie, Partnerschaft, Freundschaft)	Relevanz steigend	**Zwischenmenschliche Interaktion** und **Beziehungen** gewinnen an Relevanz (z. B. menschliche Nähe in der Nachbarschaft). Es gibt zwar die Möglichkeit, sich geografisch und sozial zu verändern. **Das gewohnte Umfeld,** in dem man sich einbringt, wird allerdings **bevorzugt.**
Bewusstseinsbezogene Werte		
(u. a. Umwelt, Nachhaltigkeit, Gesundheit)	Relevanz stark steigend	Die Menschen stellen sich vermehrt **Sinnfragen** und suchen nach einer Perspektive nach Arbeit und Konsum. Der **Respekt vor der Natur** und planetaren Grenzen ist gewachsen und prägt Konsumentscheidungen.
Selbstbestimmungsorientierte Werte		
(u. a. Freiheit [politisch und individuell], Unabhängigkeit)	Neuaufladung, Wechselwirkung	**Unabhängigkeit und Freiheit werden ausgelebt, Selbstbestimmung** besteht aber teilweise durch empfundene Verantwortung gegenüber der lokalen Gemeinschaft.
Gemeinschaftsbezogene Werte		
(u. a. Solidarität, Gleichheit bzw. [Generations-]Gerechtigkeit, Toleranz)	Relevanz steigend, Wechselwirkung	Die Reichweite **gemeinschaftsbezogener Werte** wird zunehmend durch räumliche Nähe (z. B. Nachbarschaft, Quartier) definiert. Lokale Gemeinschaften gewinnen an Relevanz und stellen den Vergleichsrahmen für andere Wertegruppen (z. B. Wertschätzung leistungsorientierter Werte). Aber: Polarisierungs- und Parallelisierungstendenzen der Wertelandschaft auf gesamtgesellschaftlicher Ebene.
Leistungsorientierte, materialistische Werte		
(u. a. Leistung, Erfolg, Lebensstandard)	Neuaufladung, Wechselwirkung	**Leistungsorientierte Werte** wie persönlicher Erfolg sind weniger an materielle Leistung und Lebensstandard gekoppelt, dafür aber verstärkt gemeinschaftsorientiert und sinnstiftend. Dies hält Konfliktpotenzial bereit (Kritikerinnen und Kritiker, zwischen Generationen). Wechselwirkungen mit gemeinschaftsbezogenen und gestaltungsorientierten Werten.
Hedonistische Werte		
(u. a. Lebensfreude, Abenteuer/Spannung)	Neuaufladung	**Hedonistische Werte** stehen im Zeichen reduktionistischer Lebensstile und werden im Sinne von maßvollem Genuss, Selbstgenügsamkeit und vernunftgeleiteter Eigeneinschränkung neu aufgeladen.
Politikorientierte Werte		
(u. a. Politikengagement, Einfluss/ Macht, Eigenverantwortung)	Neuaufladung	**Politikorientierte Werte** jenseits tradierter politischer Strukturen werden gelebt und alternative Formate lokaler, partizipativer Politikgestaltung gestärkt.
Gestaltungsorientierte Werte		
(u. a. Kreativität, Offenheit/ Aufgeschlossenheit)	Relevanz steigend, Wechselwirkung, Neuaufladung	Postwachstumsparadigma und dezentrale soziale Logik ermöglichen es, die Werte auszuleben. Durch die postmaterielle Deutung leistungsorientierter Werte ergibt sich in der Wechselwirkung eine Neuaufladung **gestaltungsorientierter Werte**: vom ökonomisierten Schaffenszwang zur Freiheit, kreativ zu sein.
Normorientierte Werte		
(u. a. Sicherheit, Gesetzesakzeptanz)	Neuaufladung	Wachsende Akzeptanz von Regeln und Werten, die dezentral ausverhandelt werden. Gefühl der **Unsicherheit** außerhalb der eigenen lokalen Gemeinschaft.
Traditionsorientierte Werte		
(u. a. Konservatismus, Nationalstolz, Gläubigkeit)	Neuaufladung	Neuaufladung **traditionsorientierter Werte:** Der Stolz auf das Lokale steigt, dieses tritt in das Zentrum der Interpretation dieser Wertegruppe.

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2020.



9.1.2 Mechanismen der Wertevermittlung und -bildung verschiedener Sozialisationsinstanzen

Abbildung 20: Wertevermittlung und -bildung: Familie – Elternhaus oder Erziehungsverantwortliche und die erweiterte Familie

Weitergabe bestimmter Werte (WARUM)	
Was ist das Ziel, die Aufgabe oder das Interesse der (Wert-)Vermittlung? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Erziehungsfunktion: Aufgabe der Eltern, Kinder mit dem eigenen Wertekanon zu erziehen Werteübermittlung mit dem Ziel, die familiären Beziehungen aufrechtzuerhalten und eine **gemeinsame Identität** zu schaffen	
Interaktion (WIE)	
Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Kognitiv/lernend	Werteübermittlung durch bewusste **Erziehung** von Wertvorstellungen durch Eltern Indirekte Werteübermittlung durch **gelebte Werte** innerhalb der Familie
Sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen	**Hohe emotionale Nähe** in der Familie als ein wichtiger Draht für die Wertevermittlung **Vorbildfunktion** durch Eltern und Familie **Sozialintegrativer und autoritärer Erziehungsstil** als Erfolgsfaktor
Sozial/kulturell	Raum für die Persönlichkeitsentwicklung und damit die Entwicklung von Wertvorstellungen durch **Abgrenzung und Privatheit** innerhalb der Familie **Alltagsgestaltung:** Einflussnahme der Eltern auf Wertebildung, z. B. indem sie Kinder in einen Verein oder die Kirche schicken
Umfeld der Sozialisation (WANN UND WO)	
In welche Rahmenbedingungen/Charakteristika ist die Instanz eingebettet? **Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?**	
Primäre Sozialisation: • **wichtigster und erster Bezugspunkt** für die Werteentwicklung • **Identitätsstiftung in jungen Jahren:** Aneignung von Wertvorstellungen vor der eigenen moralischen Urteilsfähigkeit **Gemeinsam geteilte sozioökonomische** und **soziokulturelle Bedingungen** durch familiären Hintergrund als Einfluss auf Wertvorstellungen **Prinzipielle Dauerhaftigkeit von familiären Beziehungen** als wichtiger Faktor der Wertebildung	

→ Wertebildung

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2019.

Abbildung 21: Wertevermittlung und -bildung: Peers – Gruppe von Menschen, die den Individuen in ihrer Entwicklungsstufe (Alter, Lebensphase, körperliche Entwicklung) ähnlich sind

Weitergabe bestimmter Werte (WARUM)	
Was ist das Ziel, die Aufgabe oder das Interesse der (Wert-)Vermittlung? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Diskurs zu gesellschaftlichen Themen Im Kontext von Bildung: **Erziehungsauftrag**	

Interaktion (WIE)	
Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Kognitiv/lernend	Möglichkeiten des **Peer-Involvement:** • Peer-Meditation (z. B. Streitschlichtungsprogramme) • Peer-Counseling (z. B. persönliche Gespräche zu Sexualität und Drogenkonsum) • Peer-Education: Bildung mithilfe von Gleichaltrigen
Sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen	Glaubwürdigkeit in der Übermittlung von Wertvorstellungen durch **entwicklungspsychologische Nähe**
Sozial/kulturell	Glaubwürdigkeit in der Übermittlung von Wertvorstellungen durch **lebensweltliche Nähe**

Umfeld der Sozialisation (WANN UND WO)
In welche Rahmenbedingungen/Charakteristika ist die Instanz eingebettet? **Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?**
Sekundäre Sozialisation: Soziales Umfeld ist charakterisiert durch entwicklungspsychologische und lebensweltliche Nähe von Peers. Peers bieten einen Raum, um mit bestimmten Wertethemen in Berührung zu kommen, die in anderen sozialen Instanzen **Tabuthema** sind (z. B. Sexualität und Drogenkonsum oder progressive Wertvorstellungen).

Wertebildung

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2019.

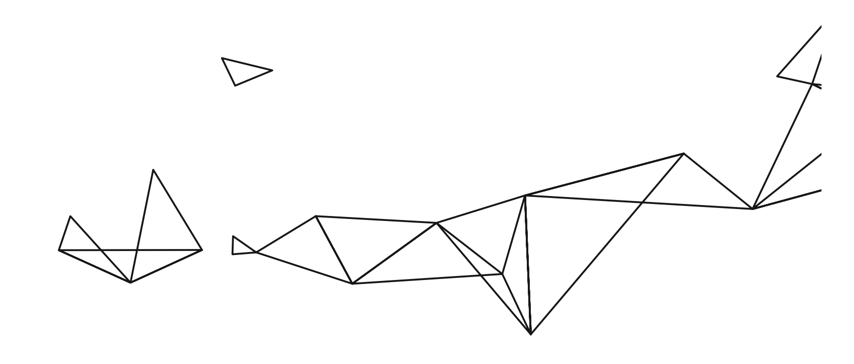


Abbildung 22: Wertevermittlung und -bildung: Bildungseinrichtungen – Kita, Schulen, weitere Bildungseinrichtungen (Universität, Berufsausbildung, Bildungsinitiativen etc.) und Instanzen der politischen Bildung (politiknahe Verbände, Stiftungen etc.)

Weitergabe bestimmter Werte (WARUM)

Was ist das Ziel, die Aufgabe oder das Interesse der (Wert-)Vermittlung?
(Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)

Erziehungsauftrag für die Bildungseinrichtungen (v. a. Schulen) von **politischen Grundwerten:** z. B. durch Beschluss der Kultusministerkonferenz (z. B. eigenverantwortliches Handeln, schöpferische Tätigkeit, Freiheit und Demokratie, Toleranz, Achtung der Menschenwürde)

Einfluss auf Werteübermittlung durch **Auswahl** und **Inhalte der Schulfächer** (z. B. Philosophie, Ethik, Religionskunde etc.)

Interaktion (WIE)

Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt?
(Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)

Kognitiv/lernend	**Erziehung in Wertekompetenz:** Unterstützung bei der Entwicklung moralischer Urteilsfähigkeit und Persönlichkeitsentwicklung, um zur Aneignung von Werten befähigt zu werden **Werteorientierte Lernkultur:** werteorientierter Unterricht, wertschätzende Schülerinnen- und Schülerorientierung, Schülerinnen- und Schülerpartizipation Indirekte Werteübermittlung durch **gelebte Werte** von Erziehungsbeauftragten
Sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen	**Autoritätsfigur/Vorbildfigur** von Lehrerinnen und Lehrern oder Erziehungsbeauftragten
Sozial/kulturell	**Kooperationsnetzwerk der Schulen:** wertebildende Elternarbeit, Zusammenarbeit mit Jugendhilfe, Gesundheitsamt, etc. **Sozialklima (Stimmung in der Schule):** Schul-und Klassenklima, Entwicklung von und Umgang mit Regeln

Umfeld der Sozialisation (WANN UND WO)

In welche Rahmenbedingungen/Charakteristika ist die Instanz eingebettet?
Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?

Sekundäre Sozialisation:

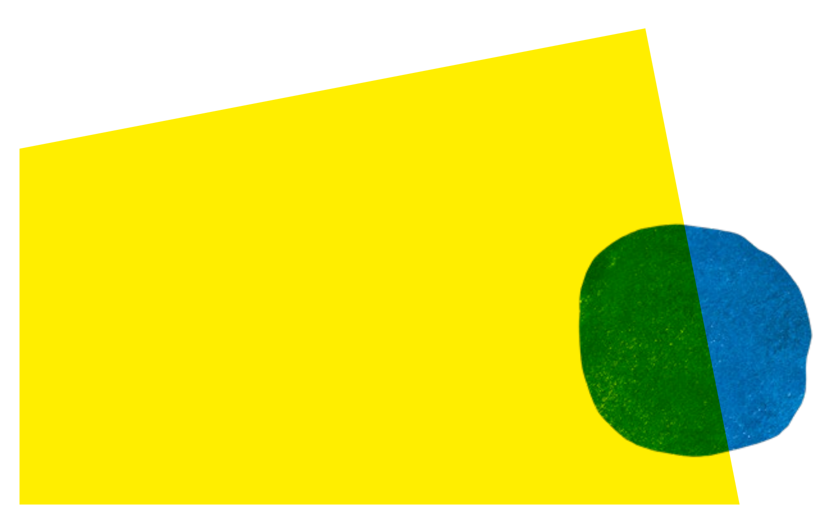
- Bildungseinrichtungen bieten nach der Familie und den Freundinnen und Freunden den zweitwichtigsten sozialen Bezugspunkt für die Persönlichkeitsentwicklung.

Soziale Schulstruktur: Chancengleichheit, Selektivität des Schulsystems, Inklusion/Exklusion

Soziale Struktur der Mitschülerinnen und Mitschüler



Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2019.



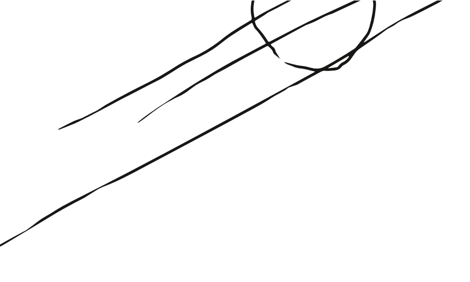


Abbildung 23: Wertevermittlung und -bildung: zivilgesellschaftliche und politische Organisationen – Freizeitorganisation (z. B. Sportverein), soziale/politische Organisation (NGO, Freiwilligenarbeit, Parteimitgliedschaft etc.) und Glaubensgemeinschaft (Kirche, spirituelle Gemeinschaft etc.)

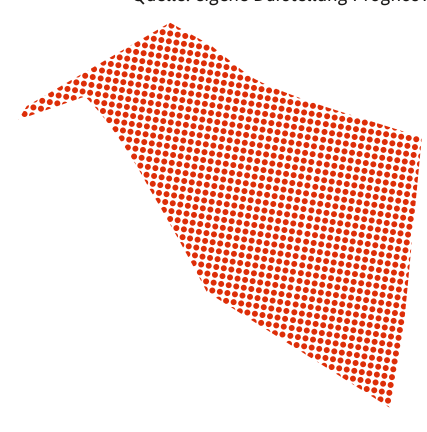
Weitergabe bestimmter Werte (WARUM)	
Was ist das Ziel, die Aufgabe oder das Interesse der (Wert-)Vermittlung? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Weitergabe der jeweiligen Überzeugungen/Meinungen, manifestiert in Leitbildern: • **politische** Organisationen • **Freizeitorganisation** (z. B. Teamgeist, Leistungsbereitschaft) • Glaubensgemeinschaften, basierend auf **religiösen Ansichten** Spezifisch für Politik: **Etablierung einer „Agenda“**	

Interaktion (WIE)	
Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Kognitiv/lernend	**Ort der Reflexion:** Werteinternalisierung durch Einüben und Wiederholen von Wertvorstellungen, ermöglicht durch Aktivitäten der Organisationen (z. B. regelmäßige Vereinstreffen) • Besonders wichtig in Freizeitorganisationen
Sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen	**Autoritätsfigur/Vorbildfigur** von Organisationsmitgliedern (Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Trainerinnen und Trainer, Lehrende) • Besonders wichtig in Glaubensgemeinschaften
Sozial/kulturell	**Normative Vorgaben:** Entwicklung von und Umgang mit Regeln • Besonders wichtig in Glaubensgemeinschaften und politischen Organisationen – **Kultivierungseffekte** durch öffentliche Inhalte (Reden von Ministerinnen und Ministern, Kampagnen, Informationsmaterial etc.)

Umfeld der Sozialisation (WANN UND WO)
In welche Rahmenbedingungen/Charakteristika ist die Instanz eingebettet? **Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?**
Tertiäre Sozialisation: • bewusst organisierte Form der Identitätsstiftung (im Gegenzug zu unbewussten Formen wie z. B. Schule, die nicht immer frei gewählt werden können) • zivilgesellschaftliche und politische Organisationen bieten nach der Familie, Freundinnen und Freunden und Bildungseinrichtungen (insb. Schule) den drittwichtigsten sozialen Bezugspunkt für die Persönlichkeitsentwicklung **Identitätsstiftung in jungen Jahren**

Wertebildung

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2019.



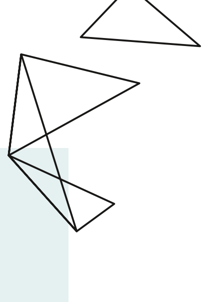


Abbildung 24: Wertevermittlung und -bildung: Arbeitsumfeld – die Berufsgruppe (z. B. Management oder Fachanstellung), die Bedingungen der Arbeitsorganisation, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Kolleginnen und Kollegen)

Weitergabe bestimmter Werte (WARUM)	
Was ist das Ziel, die Aufgabe oder das Interesse der (Wert-)Vermittlung? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Leitbilder von Unternehmen oder Organisationen (z. B. Corporate Social Responsibility, Integrity Management) **Leitbilder von Wirtschaftsverbänden** (z. B. Gewerkschaften)	

Interaktion (WIE)	
Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Kognitiv/lernend	Integrity Management im Unternehmen (z. B. Integrity-Management-Kurse) Gelebte Wertvorstellungen in Arbeitsorganisationen (z. B. Unternehmen, Verbände, Behörde etc.)
Sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen	**Vorbildfigur** von Kolleginnen und Kollegen
Sozial/kulturell	**Werteorientierte** Unternehmenskultur

Umfeld der Sozialisation (WANN UND WO)
In welche Rahmenbedingungen/Charakteristika ist die Instanz eingebettet? **Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?**
Tertiäre Sozialisation: Identitätsstiftung und Sozialisierung im **Arbeitsmilieu:** • Branche • Einkommensschicht • Berufsfeld (Managerinnen und Manager, Fachkräfte etc.) Einfluss der **Struktur in einer Organisation** auf Werte (z. B. Verteilung von Einkommen, Hierarchie)

Wertebildung

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2019.

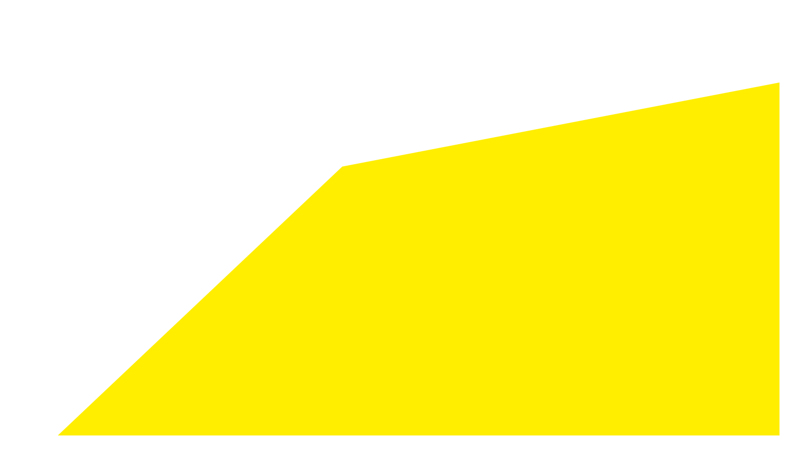


Abbildung 25: Wertevermittlung und -bildung: Medien – klassische Medien (Fernsehen, Printmedien, Zeitung etc.) und Online-Medien

Weitergabe bestimmter Werte (WARUM)	
Was ist das Ziel, die Aufgabe oder das Interesse der (Wert-)Vermittlung? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Top-Down-Gatekeeper-Funktion: kontrollierte Informationsreduktion (z. B. durch Redaktionssitzungen) bzw. Filtern bestimmter wertaufgeladener Informationen **Massenkommunikation:** weitergeben von Vorstellungen und Denkweisen an die breite Öffentlichkeit **Agenda Setting:** Kontrolle von Themen, die diskutiert werden	

Interaktion (WIE)	
Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt? (Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)	
Kognitiv/lernend	Verstärkung von Einstellungen und Werten durch **Bestätigung** in den Medien. **Awareness Setting:** Hervorhebung von Themen
Sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen	**Salienz:** auffallende Darstellung von Themen und Inhalten
Sozial/kulturell	**Herstellung von Vertrauen:** hierarchisierte und professionalisierte soziale Mechanismen des Vertrauens durch Qualität, Diskursmuster, Liefertreue **Kultivierungseffekte:** gesellschaftliche Lebensweisen, die durch mediale Inhalte vorgelebt werden (z. B. hedonistischte Verhalten, Technikbegeisterung).

Umfeld der Sozialisation (WANN UND WO)
In welche Rahmenbedingungen/Charakteristika ist die Instanz eingebettet? **Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?**
Kulturelle Sozialisation durch mediale Angebote: • Identitätsstiftung durch mediale Inhalte (z. B. bestimmte Magazinformate, Fernsehserien etc.) • Identitätsstiftung durch Popkultur in Massenmedien (z. B. Popmusik, virale Videos) **Politische Orientierung** von Medienhäusern

→ Wertebildung

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2019.

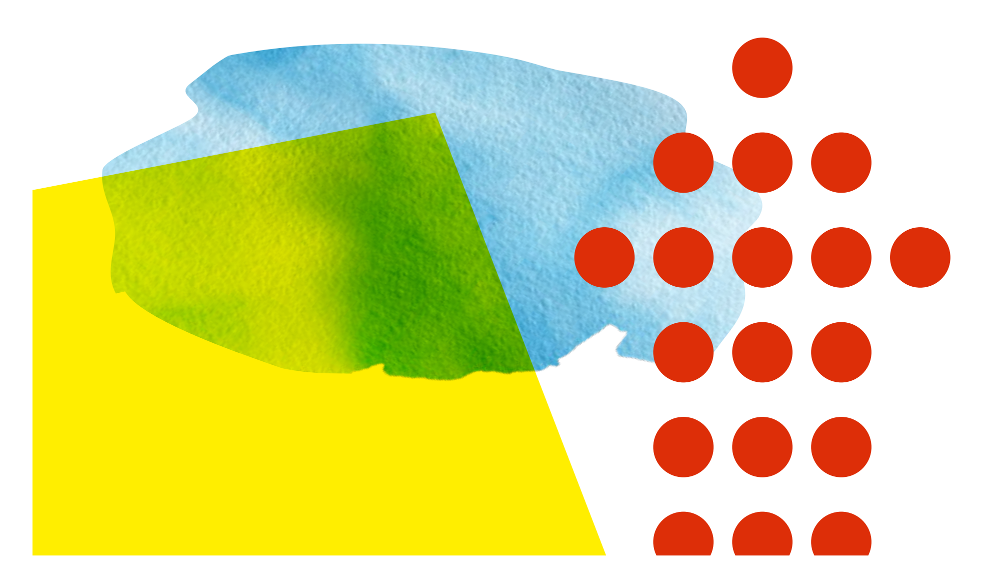


Abbildung 26: Wertevermittlung und -bildung: Internetkommunikation – Social Media (Facebook, Influencerinnen und Influencer etc.) und Social Networks (Gaming, Blogs etc.)

Weitergabe bestimmter Werte (WARUM)

Was ist das Ziel, die Aufgabe oder das Interesse der (Wert-)Vermittlung?
(Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)

Grundsätzliche **Openminded-Kultur** (reputation via response)
Weitergabe **individueller Überzeugungen/Meinungen** (insb. Influencerinnen und Influencer)
Partizipative Medienkultur (Anerkennung individueller Beiträge, keine Topdown-Bestimmung von Inhalten)
Selektion von Wertvorstellungen

Interaktion (WIE)

Mithilfe welcher (Interaktions-)Formen werden Werte vermittelt?
(Hinweis: kann intendiert oder auch nichtintendiert sein)

Kognitiv/lernend	**Bestätigung** der Meinung durch Inhalte im Netz **Einflussnahme durch Algorithmen:** • **Filter-Bubbles:** Isolierung bestimmter Wertvorstellung von anderen Wertvorstellungen • **gezieltes Ansprechen** bestimmter Personengruppen (z. B. Cambridge Analytics)
Sozialpsychologisch/ persönlichkeitsbezogen	**Emotionsgestütztes** Aufladen von Inhalten (etwa Fake News, Neuromarketing)
Sozial/kulturell	**Digitale Konstruktion** der gesellschaftlichen Wirklichkeit: Interpretation und Selektion von Wertvorstellungen durch digitale Lebenswelten **Freundesnetzwerke** als Vertrauensbasis für bestimmte Wertvorstellungen **Echokammern: Polarisierung** durch Abschottung der eigenen Meinung gegenüber konträren Meinungen

Umfeld der Sozialisation (WANN UND WO)

In welche Rahmenbedingungen/Charakteristika ist die Instanz eingebettet?
Unter welchen Bedingungen und in welcher Lebensphase findet die Sozialisation statt?

Identitätsstiftung in losen **themenagilen Beziehungskonstellationen:** Der soziale Bezug findet über die thematische Verknüpfung statt (etwa in Communitys, Tribes, durch Followerinnen und Follower).
Uneingeschränkte Pluralität von sozialen Umfeldern (jede bzw. jeder kann teilhaben)
Uneingeschränkte Verfügbarkeit
Geschwindigkeit, in der sich Informationen verbreiten
Möglichkeit zur selbstbestimmten Teilhabe und (Eigen-)Darstellung (Selbstwahrnehmung, Selbstdefinition und Selbstpräsentation) als Leitbild der Identitätskonstruktion im Netz (im Gegensatz zu hierarchischen Institutionen wie Vereinen)

Wertebildung

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt 2019.

9.1.3 Auswertungen CAPI-Befragung

Tabelle 1: Divergierende Wertvorstellungen nach unterschiedlichen Merkmalen
Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; Angabe in Prozent

Frage: *Haben Sie den Eindruck, dass sich die Wertvorstellungen in unserer Gesellschaft immer mehr unterscheiden, oder haben Sie nicht diesen Eindruck?*

	Habe Eindruck	Habe nicht diesen Eindruck	Unentschieden, keine Angabe
Altersgruppen (N=1.298)			
16–29 Jahre	53,5	23,1	23,4
30–44 Jahre	65,4	17,6	17,0
45–59 Jahre	70,6	15,2	14,3
60 Jahre und älter	77,4	9,3	13,3
Politisches Interesse (N=1.298)			
Interessiert	74,1	13,2	12,7
Nicht interessiert	62,9	17,1	20,0
Parteianhängerschaft (N=1.243, k.A.=55)			
CDU/CSU	68,2	17,8	14
SPD	70,3	11,3	18,4
FDP	62,9	21,2	15,8
B.90/Grüne	65,6	17,4	17,0
DIE LINKE	77,7	10,4	11,8
AfD	71,1	9,2	19,7
Gesellschaftliche Veränderungen (N=896; k.A.=402)			
Eher positiv	64,0	23,8	12,2
Eher negativ	77,8	10,5	11,8
Vertrauen in die Wissenschaft, positive Veränderungen zu bewirken (N=1.078; k.A.=220)			
Gering	69,8	15,8	14,3
Mittel	71,3	13,8	14,9
Hoch	74,8	14,3	10,9
Lebensphasenmilieu (N=1.298)			
Unter 40, kinderlos, einfach	54,3	20,8	24,9
Unter 40, kinderlos, gehoben	57,0	22,7	20,3
Unter 60, Eltern, einfach	65,7	16,7	17,6
Unter 60, Eltern, gehoben	66,9	17,7	15,4
40–59, kinderlos	77,6	12,1	10,2
Ab 60 J., Paare, einfach	73,3	7,6	19,1
Ab 60 J., Paare, gehoben	81,5	9,4	9,2
Ab 60 J., alleinstehend	79,1	11,1	9,8

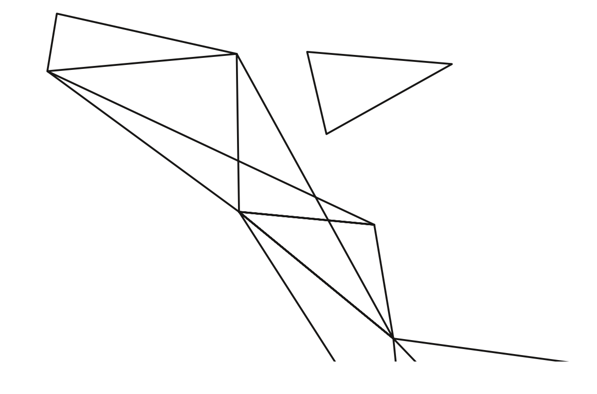
Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

Tabelle 2: Gründe für das Abschwächen des Zusammenhalts nach Herkunft (neue/alte Bundesländer) und Sozialstatus
Basis: Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=733; Angabe in Prozent

Frage: *Woran liegt es, was sind aus Ihrer Sicht die Gründe dafür, dass der Zusammenhalt in unserer Gesellschaft schwächer geworden ist? (Listenvorschlag)*

	West	Ost	Niedriger Sozialstatus	Mittlerer Sozialstatus	Hoher Sozialstatus
Anstieg sozialer Unterschiede (arm vs. reich)	77,2	87,1	86,9	77,9	73,2
Zunahme Egoismus	79,1	74,0	84,1	77,7	72,0
Abnahme persönlicher Kontakte durch soziale Medien	52,5	48,6	47,2	52,4	55,1
Größere Unterschiede in politischen Einstellungen	48,0	59,3	55,1	50,1	44,7
Einfluss sozialer Medien auf Kommunikation und Information	52,6	39,8	39,0	50,7	61,5
Die Leute haben immer mehr zu tun, bleiben unter sich	49,3	49,8	42,9	52,6	48,5
Weniger Familiensinn	49,0	36,6	49,1	46,6	43,7
Viele sind ständig unterwegs/ wenig Zeit mit Freunden/ Nachbarn	42,5	55,4	43,6	46,3	43,3
Hohe Mobilität und wenig stabile Nachbarschaften	42,9	38,9	48,7	40,1	40,0
Einfluss der Medien	40,5	38,3	34,1	40,5	45,9
Zuwanderung: weniger gemeinsame Überzeugungen/ Lebensweisen	39,2	41,9	49,0	40,5	26,9
Weil sich alles so schnell verändert	37,7	37,5	44,9	35,7	34,4
Zunehmende Globalisierung	32,3	25,5	32,4	29,2	33,8
Weniger Nationalbewusstsein	29,3	26,4	29,4	30,3	23,9
Kirche: Verlust von Einfluss	28,7	15,9	25,9	24,5	30,9

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.



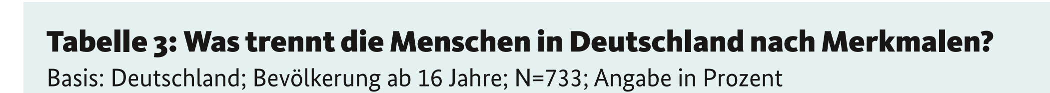


Tabelle 3: Was trennt die Menschen in Deutschland nach Merkmalen?

Basis: Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=733; Angabe in Prozent

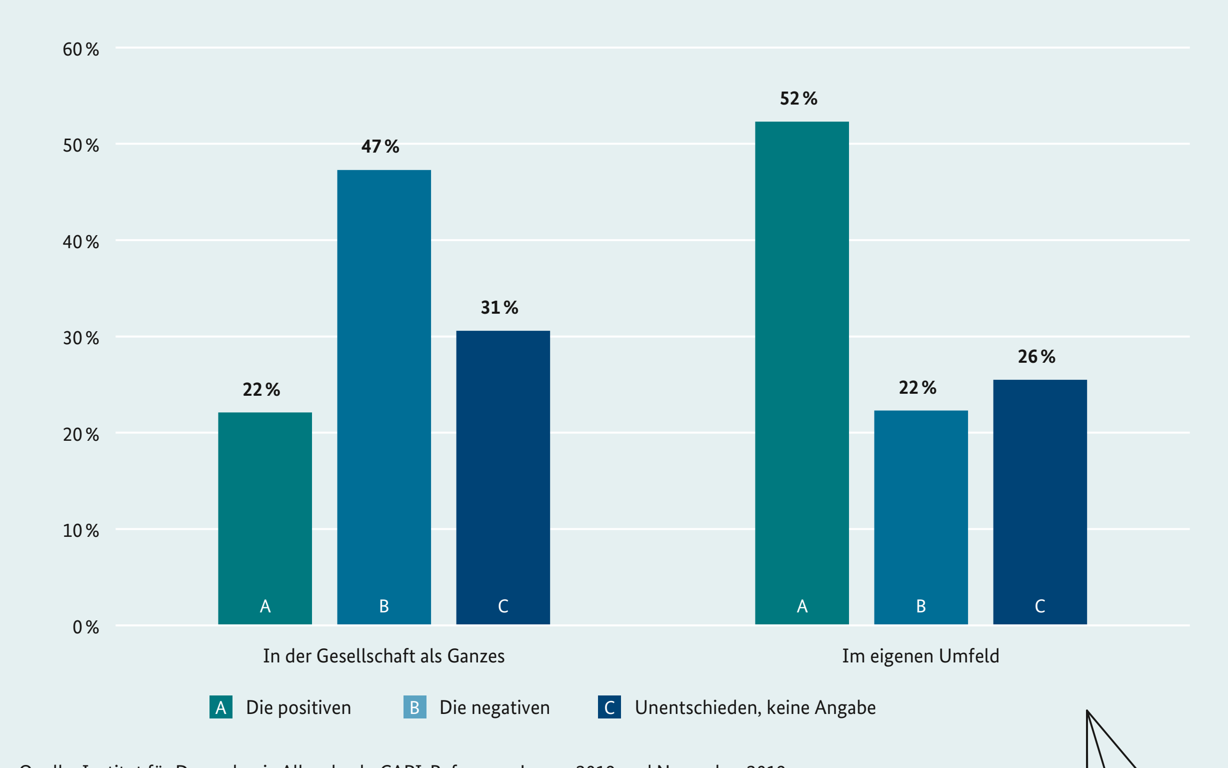
***Frage:** Was sind in Deutschland die eigentlichen Gegensätze: Was trennt, was unterscheidet die Menschen in unserer Gesellschaft vor allem? (Listenvorschlag)*

	West	Ost	Niedriger Sozialstatus	Mittlerer Sozialstatus	Hoher Sozialstatus	Männer	Frauen
Die soziale Schicht, zu der man gehört	71,4	67,9	70,8	68,3	76,2	68,0	73,4
Der Schulabschluss, Bildung	60,0	47,4	54,8	55,7	64,5	55,8	59,4
Die Herkunft, ob man aus Deutschland oder einem anderen Land kommt	55,5	62,2	69,2	55,1	48,9	56,5	56,9
Einkommen, Gehalt	53,5	64,5	62,5	56,2	47,7	57,1	54,0
Die politische Einstellung	47,6	69,3	54,8	52,5	46,7	53,7	49,6
Eigentum, Besitz	40,5	51,2	52,4	42,2	33,9	44,4	40,6
Das Alter, die Generation, zu der man gehört	44,1	34,8	51,8	40,8	37,5	41,7	43,2
Die in der Familie vermittelten Werte	40,0	27,0	32,8	37,3	42,7	39,6	35,7
Die Grundsätze, nach denen man lebt	39,1	31,1	34,6	36,0	44,0	40,5	34,9
Religion, religiöse Überzeugungen	34,9	37,3	42,0	34,9	30,2	32,9	37,7
Ob man aus Ost- oder Westdeutschland stammt	25,2	47,1	37,5	28,8	22,6	29,7	28,7
Ob man in der Stadt oder auf dem Land lebt	27,5	29,0	29,2	27,8	26,4	28,7	26,9
Ob man alleinstehend ist oder eine Familie hat	26,7	27,2	33,0	24,0	26,9	22,5	30,8
Aus welcher Region, aus welcher Gegend Deutschlands man stammt	23,4	21,7	27,9	23,5	18,8	21,7	25,0
Der Beruf, wie man sein Geld verdient	22,5	23,3	20,5	23,6	21,9	25,5	19,6

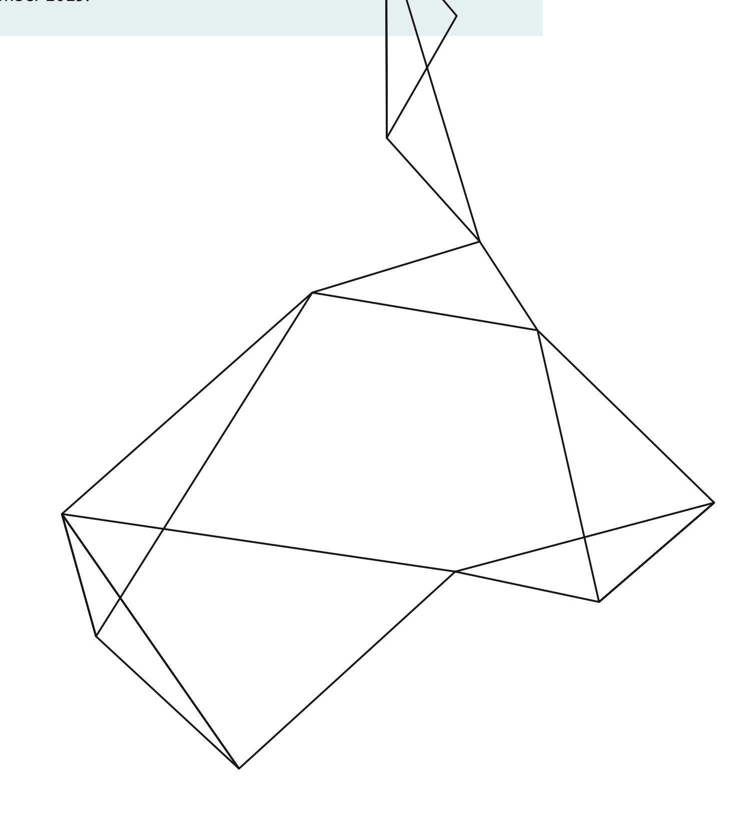
Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

Abbildung 27: Wahrnehmung positiver und negativer Veränderungen in der Gesellschaft und im privaten Umfeld in den vergangenen Jahren
Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=1.298

Frage: *Wenn Sie einmal an die derzeitigen Veränderungen in unserem Land denken und an die Veränderungen, die es in den letzten Jahren gegeben hat: Überwiegen da aus Ihrer Sicht die positiven oder die negativen Veränderungen?*



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.



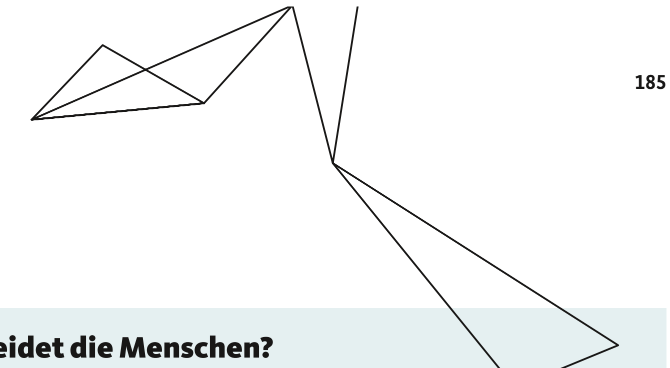


Abbildung 28: Was trennt, was unterscheidet die Menschen?
Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=616

Frage: *Was sind in Deutschland eigentlich Gegensätze: Was trennt, was unterscheidet die Menschen in unserer Gesellschaft vor allem?*

	%
Soziale Schicht	71 %
Bildung/Schulabschluss	58 %
Herkunft: Deutschland vs. nicht Deutschland	57 %
Einkommen/Gehalt	56 %
Politische Einstellung	52 %
Eigentum/Besitz	43 %
Alter/Generation	42 %
In der Familie vermittelte Werte	38 %
Grundsätze, nach denen man lebt	38 %
Religion/religiöse Überzeugungen	35 %
Herkunft: Ost- oder Westdeutschland	29 %
Wohnort: Stadt vs. Land	28 %
Alleinstehend vs. Familie	27 %
Herkunft: Region in Deutschland	23 %
Beruf	23 %

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

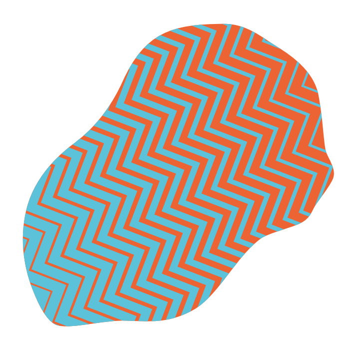
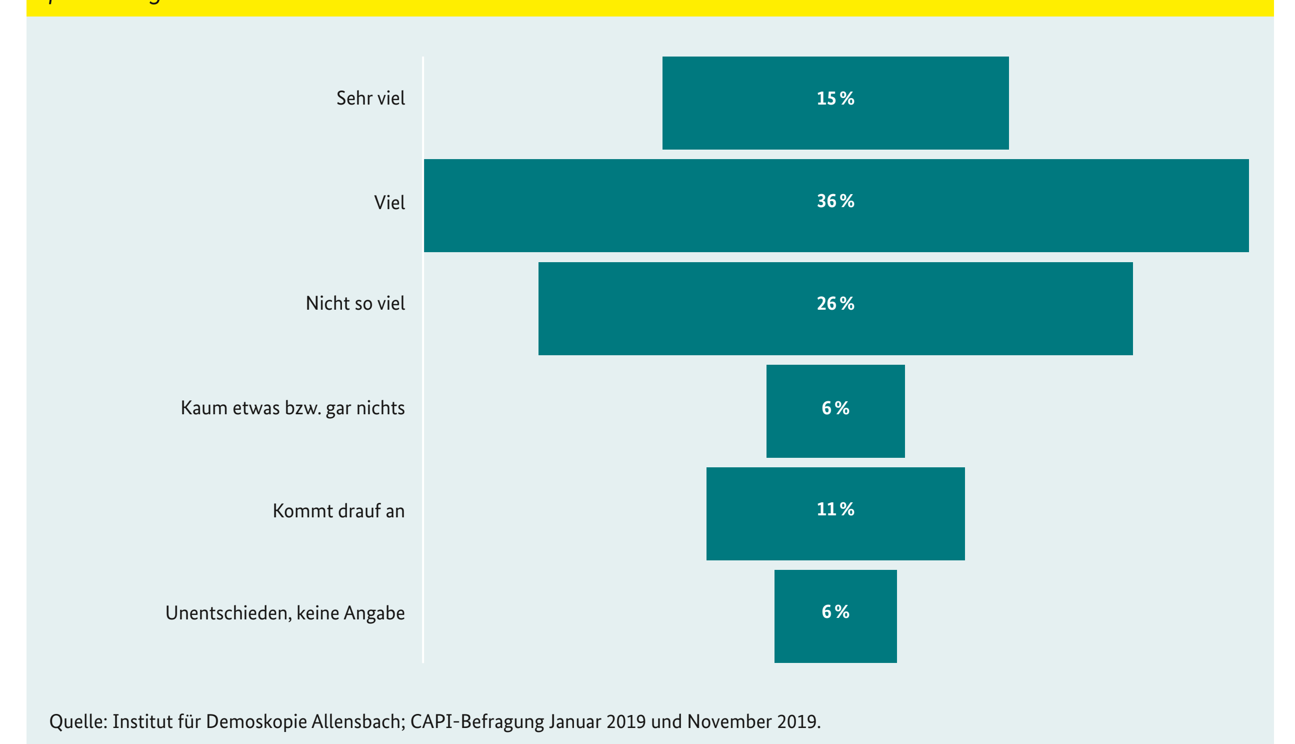


Abbildung 29: Beitrag, den Wissenschaft und Forschung zur positiven Gestaltung gesellschaftlicher Auswirkungen leisten können
Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=1.298

Frage: *Wenn Sie noch einmal an die Trends bzw. Entwicklungen denken, die es heute gibt: Wie viel können Wissenschaft und Forschung Ihrer Meinung nach dazu beitragen, die Auswirkungen dieser Veränderungen für die Menschen möglichst positiv zu gestalten?*



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

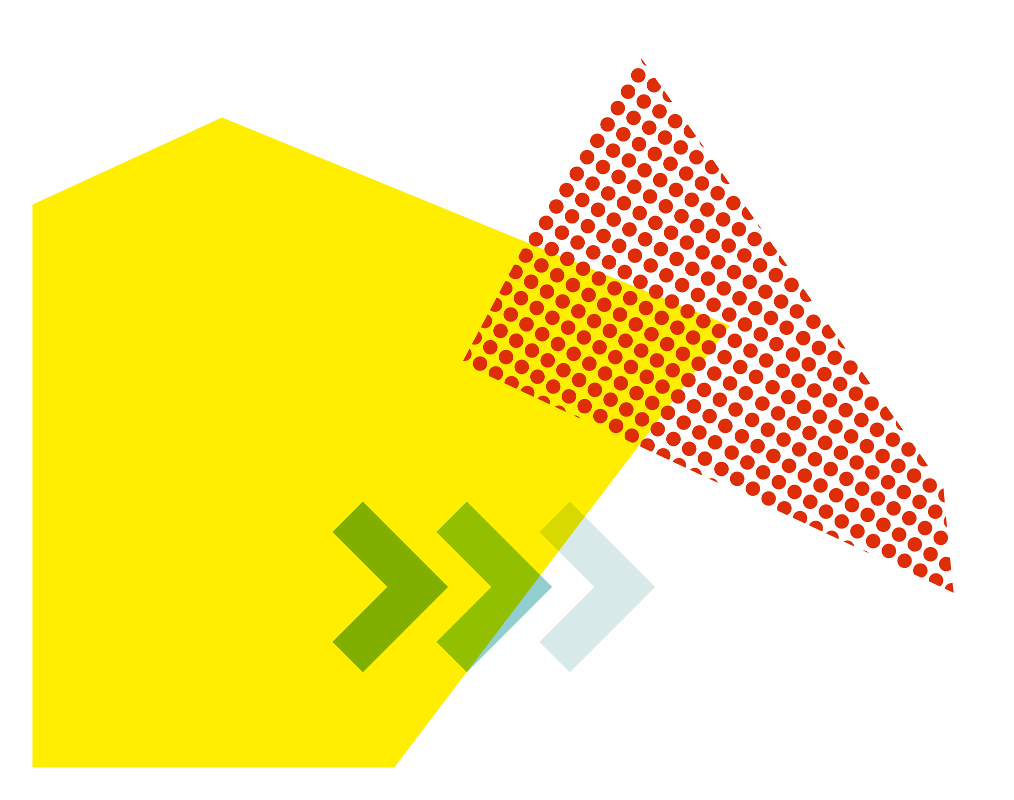




Abbildung 30: Dinge, die sich in Deutschland ändern müssten

Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=1.298

Frage: *Wenn es nach Ihnen ginge: Was müsste sich in unserem Land ändern? (Listenvorlage)*

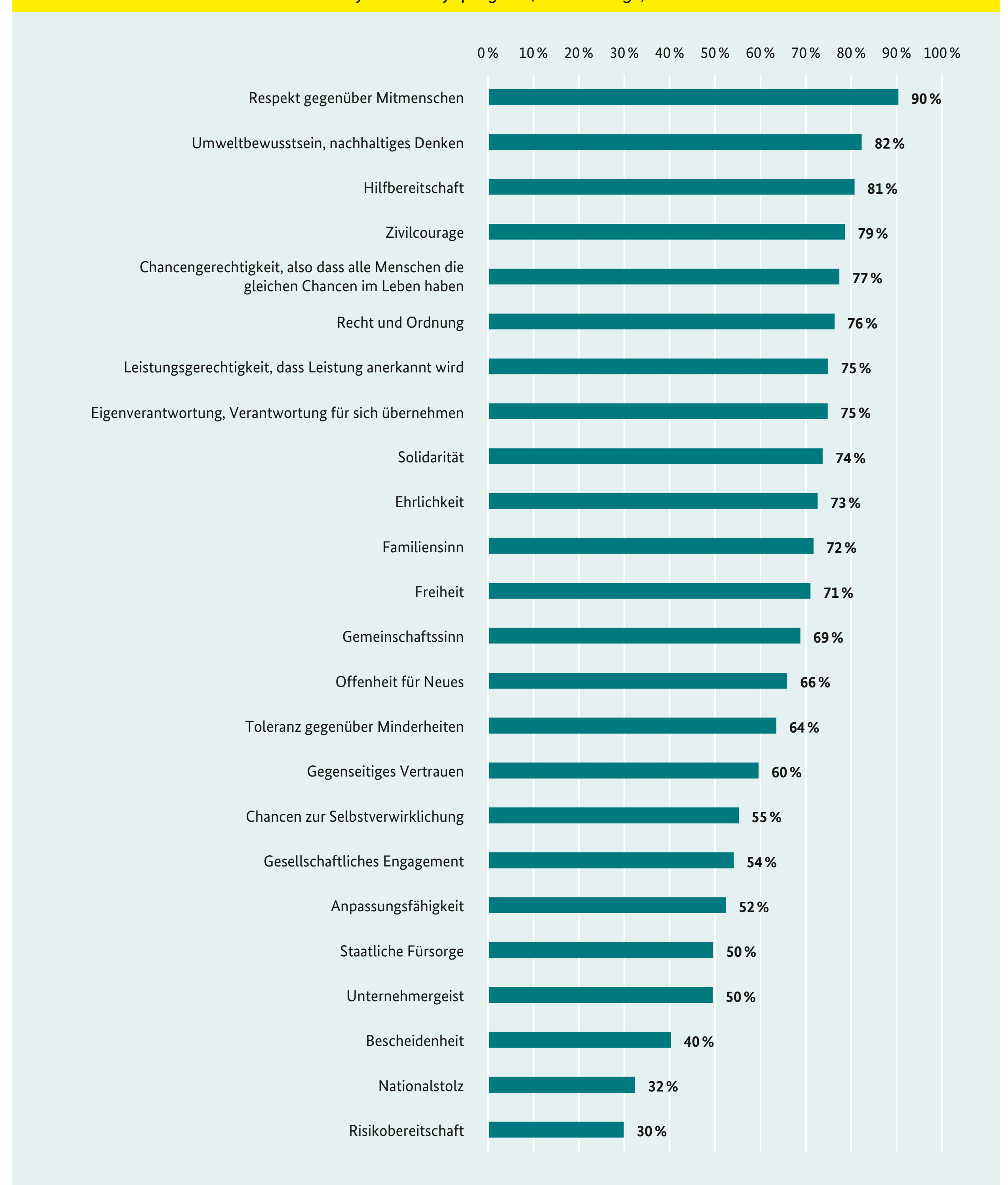
Gerechtere Verteilung von Einkommen und Vermögen	72 %
Steigerung der Attraktivität ländlicher Regionen durch staatliche Investitionen	63 %
Politik sollte sich kümmern: Verbesserung der finanziellen Situation der Menschen	62 %
Klimafreundlicheres Verhalten im Alltag	58 %
Politik sollte sich kümmern: Zukunftsthemen	57 %
Verantwortungsübernahme der Menschen/ weniger Erwartungen an den Staat	51 %
Schutz vor Überfremdung durch Zuwanderung	50 %
Konzentration auf Probleme in Deutschland/ weniger international engagieren	49 %
Mehr Polizisten/schärfere Sicherheitsmaßnahmen	47 %
Weniger Kommunikation über digitale Geräte und soziale Medien	44 %
Höhere Bedeutung von lebenslanges Lernen	37 %
Höhere Lebensmittelpreise für leichtere artgerechtere Tierhaltung	34 %
Stärkere staatliche Lenkung der Menschen	22 %
Automatisierung eintöniger und anstrengender Tätigkeiten	15 %

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

Abbildung 31: Werte, von denen es abhängt, dass sich unsere Gesellschaft gut entwickelt

Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=633

***Frage:** Von welchen Zielen und Werten hängt es ab, ob sich unsere Gesellschaft in Zukunft gut entwickelt? Welche dieser Werte hier sollen unsere Gesellschaft in Zukunft prägen? (Listenvorlage)*



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

Abbildung 32: Erwartungen der Menschen aus heutiger Sicht, wie es zukünftig sein wird

Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=633

Frage: *Wie stellen Sie sich unsere Gesellschaft in zehn Jahren vor, welche Aussagen von dieser Liste hier werden wohl in zehn Jahren auf unsere Gesellschaft zutreffen? (Listenvorlage)*

	Aussage	Anteil
Positive Aussagen	Die Rolle der Frau in der Gesellschaft wird gestärkt werden.	39 %
	Die Familie wird an Bedeutung zunehmen.	25 %
	Die Gesellschaft wird freier werden, es wird weniger gesellschaftliche Zwänge geben.	21 %
	Die Menschen werden offener gegenüber Zuwanderern.	12 %
	Die Hilfsbereitschaft der Menschen untereinander wird wachsen.	10 %
	Es wird mehr Solidarität, mehr Zusammenhalt geben.	8 %
	Es wird mehr Wohlstand geben, wir werden uns mehr leisten können.	7 %
	Die Politik wird bürgernäher.	7 %
Ambivalente Aussagen	Traditionen werden weniger wichtig sein als heute.	49 %
	Der Glaube/religiöse Überzeugungen werden für die Menschen weniger wichtig sein als heute.	43 %
Negative Aussagen	Die Reichen werden immer reicher, die Armen immer ärmer.	79 %
	Die Gesellschaft wird in politischen Fragen deutlich gespaltener sein.	71 %
	Die Menschen werden egoistischer.	70 %
	Die Zukunft wird unsicherer werden, alles wird weniger berechenbar.	69 %
	Ältere werden immer mehr Mühe haben, die Gesellschaft zu verstehen.	68 %
	Die sozialen Kontakte werden immer mehr im Internet stattfinden.	67 %
	Eine wachsende Zahl von Menschen wird wirtschaftlich und gesellschaftlich nicht mithalten können.	66 %
	Geld wird immer wichtiger, die Menschen werden materialistischer.	57 %
	Die Familie wird an Bedeutung verlieren.	42 %
	Der Lebensstandard wird sinken.	31 %

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

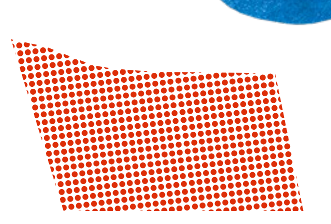
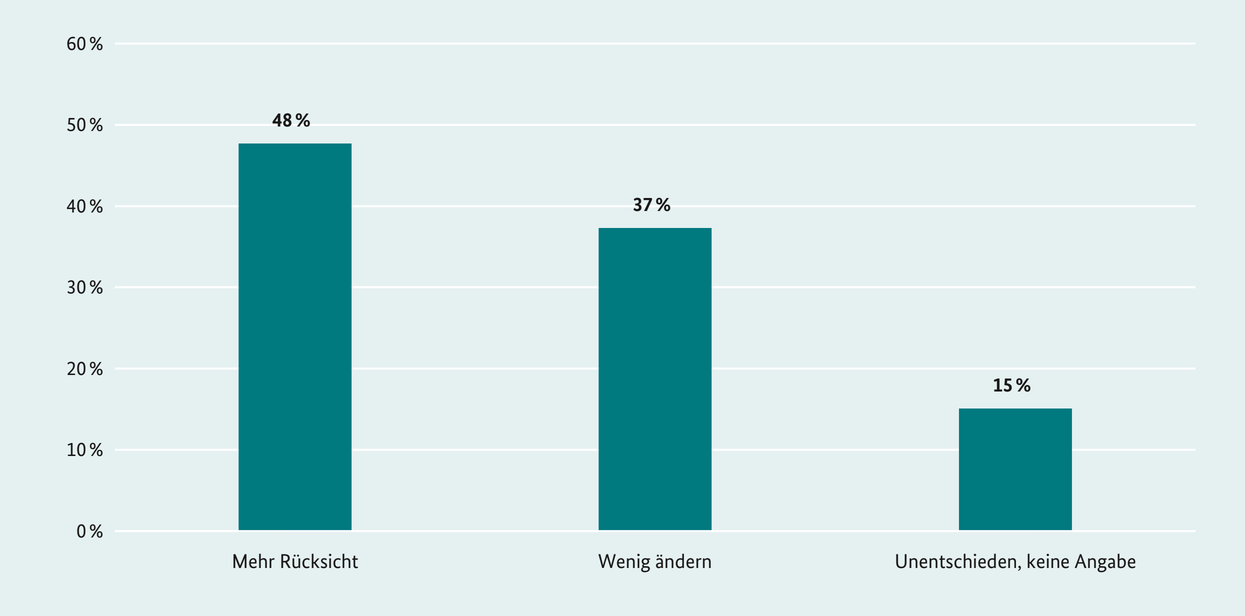
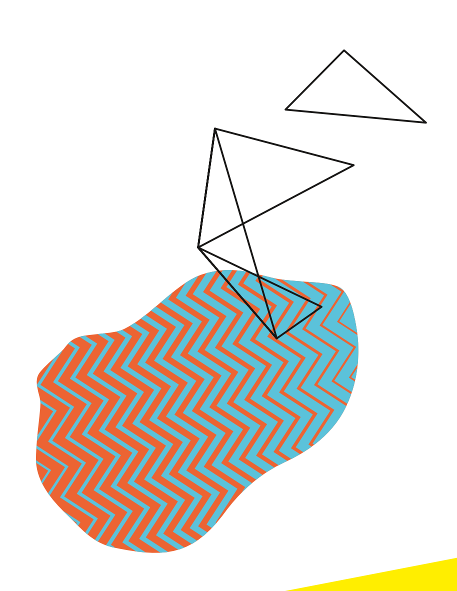


Abbildung 33: Erwartungen der Menschen aus heutiger Sicht, wie es zukünftig sein wird – Umwelt und Klima
Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung ab 16 Jahre; N=1.298

Frage: *Was erwarten Sie: Wird unsere Gesellschaft in zehn Jahren deutlich mehr Rücksicht auf das Klima und die Umwelt nehmen oder wird sich da wenig ändern?*



Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.



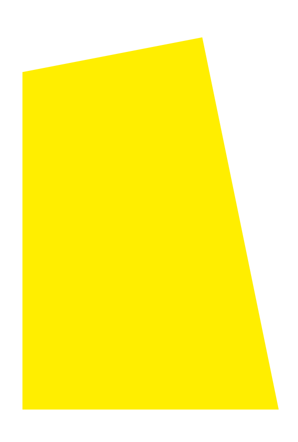
9.1.4 Sekundärauswertung aus den Datensätzen

Abbildung 34: Übersicht über die Bedeutung einzelner Werte für die Jahre 2002 bis 2016

2002 2004 2006 2008 2010 2012 2014 2016

1 Loyalität zu Freunden
2 Unabhängigkeit
3 Hilfsbereitschaft im nahen Umfeld
4 Offenheit
5 Gleichheit
6 Umweltschutz
7 Kreativität
8 Nationale Sicherheit
9 Gute Zeit
10 Familiäre Sicherheit
11 Bescheidenheit
12 Tradtion respektieren
13 Abwechslung
14 Richtiges Verhalten
15 Freude
16 Erfolg
17 Autorität
18 Anerkennung
19 Gehorsam
20 Aufregung
21 Wohlstand

Quelle: eigene Darstellung Prognos AG und Z_punkt nach Berechnungen aus der 1–8. Welle der European Social Survey (2018).



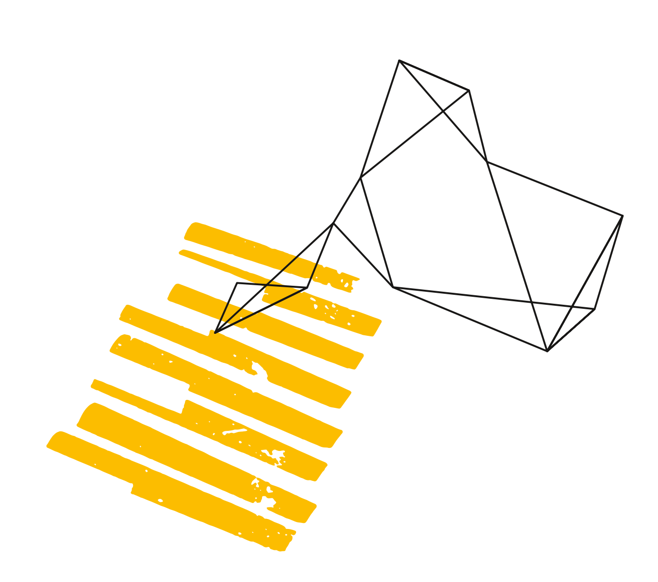
9.2 Übersicht über verschiedene Wertetheorien

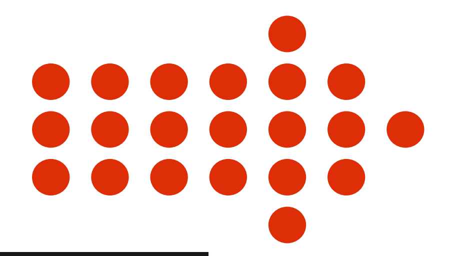
9.2.1 Ingleharts Modell der „Stillen Revolution“

Tabelle 4: Ingleharts eindimensionales Modell

	Wertetyp	
	Materialistinnen und Materialisten	**Postmaterialistinnen und Postmaterialisten**
Werte (Items)	**a)** Aufrechterhaltung von Ruhe und Ordnung **b)** Kampf gegen steigende Preise	**c)** Mehr Einfluss der Bürgerinnen und Bürger auf die Entscheidungen der Regierung **d)** Schutz des Rechts auf freie Meinungsäußerung
	e) Aufrechterhaltung einer hohen ökonomischen Wachstumsrate **f)** Sicherstellung starker Verteidigungsmaßnahmen **g)** Aufrechterhaltung einer stabilen Wirtschaft **h)** Kriminalitätsbekämpfung	**i)** Stärkere Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Bürger auf der Arbeit und der Bürgerinnen und Bürger in der Gesellschaft **j)** Verschönerung der Städte und ländlichen Regionen **k)** Schaffung einer freundlicheren, weniger unpersönlichen Gesellschaft **l)** Schaffung einer Gesellschaft, in der Ideen mehr zählen als Geld

Quelle: Inglehart, Ronald: 1997. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. Princeton, NJ: Princeton University Press, S. 355. Anmerkung: Der 4-Item-Index berücksichtigt die Werte a–d; der 12-Item-Index die Werte a–l.





9.2.2 Helmut Klages’ Wertesynthese

Tabelle 5: Wertekategorien und Dimensionen von Helmut Klages

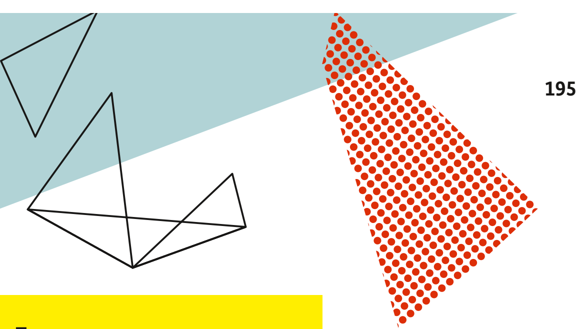
Wert (Item)	Wertekategorie	Dimension
• Konformismus (das tun, was andere auch tun) • Konservatismus (am Althergebrachten festhalten)	Konservativer Konformismus	Pflicht- und Akzeptanzwerte
• Gesetzesakzeptanz (Gesetz und Ordnung respektieren) • Sicherheit (nach Sicherheit streben) • Konventionelle Leistungsethik (fleißig und ehrgeizig sein)	Normorientierte Leistungsethik	
• Toleranz (auch solche Meinungen anerkennen, denen man eigentlich nicht zustimmen kann) • Politikengagement (sich politisch engagieren) • Eigenverantwortung (eigenverantwortlich leben und handeln)	Politisch tolerante Orientierung	
• Partnerschaft (eine Partnerin bzw. einen Partner haben, der bzw. dem man vertrauen kann) • Freundschaft (gute Freundinnen und Freunde haben, die einen anerkennen und akzeptieren) • Kontaktfreude (viele Kontakte zu anderen Menschen haben)	Sozialintegrative Orientierung	
• Hedonismus (die guten Dinge des Lebens genießen) • Aufregung (ein aufregendes Leben führen)* • Komfort (ein bequemes, komfortables und behagliches Leben führen)* • Vergnügen (ein Leben mit viel Vergnügen)*	Hedonistische Orientierung	Selbstentfaltungswerte
• Gesundheit (gesundheitsbewusst leben) • Emotionalität (sich bei seinen Entscheidungen von seinen Gefühlen leiten lassen) • Unabhängigkeit (von anderen Menschen unabhängig sein) • Umweltbewusstsein (sich umweltbewusst verhalten) • innere Ruhe (innere Ruhe und Harmonie)*	Ökologisch-alternative Orientierung	
• Religiosität (an Gott glauben) • Christliche Norm (Leben nach christlichen Normen und Werten ausrichten)*	Religiöse Orientierung	
• Kreativität (seine eigene Fantasie und Kreativität entwickeln) • Soz. Hilfsbereitschaft (sozial benachteiligten Gruppen helfen)	Sozialer Altruismus	
• Lebensstandard (einen hohen Lebensstandard haben) • Macht und Einfluss (Macht und Einfluss haben) • Egoist. Individualismus (sich und seine Bedürfnisse gegen andere durchsetzen) • Härte (hart und zäh sein)* • Erfolg (schnell Erfolg haben)* • Cleverness (cleverer und gerissener sein als andere)*	Subkulturell-materialistische Orientierung	
• Rücksicht (so leben, dass der Mitmensch nicht geschädigt wird)* • Gewissen (ein gutes Gewissen haben)* • Familie (ein gutes Familienleben führen) • Nationalstolz (stolz sein auf die deutsche Geschichte)	Keine Zuordnung	Keine Zuordnung

Helmut Klages (1987): Indikatoren des Wertewandels. S. 1–16 in: Einsiedler, von Rosenstiel, Lutz und Streich, Richard (Hg.), Wertewandel als Herausforderung für die Unternehmenspolitik. Stuttgart: Schäfer und Hermann, Dieter (2014): Individuelle reflexive Werte, GESIS –Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften.
*Anmerkung: Die Werte mit Sternchen sind jene, die von Dieter Hermann ergänzt wurden.

9.2.3 Salomon H. Schwartz' Circumplex-Modell

Tabelle 6: Wertekategorien und Dimensionen des Wertekreises von Schwartz

Wert (Item)	Wertekategorie (Definition)	Dimension
• Unabhängigkeit • Kreativität • Freiheit • Neugierde • Selbstrespekt • Eigenständigkeit von Lebenszielen	**Selbstbestimmung** (unabhängiges Denken und Handeln, auswählen können, erfinden, erkunden)	Offenheit für Wandel
• Abenteuer erleben • Abwechslung im Leben • Herausforderung/Wagemut	**Stimulation** (Drang nach Abwechslung und Stimulation)	
• Vergnügen • Freude am Leben • Sich selbst verwöhnen	**Hedonismus** (Freude oder sinnliche Erfüllung für sich selbst)	
• Ehrgeiz • Ambition • Erfolg • Einfluss • Kompetenz	**Leistung** (persönlicher Erfolg durch Demonstration von Kompetenz im Sinne sozialer Standards)	Selbstfokussierung
• Macht und Einfluss • Besitz/Reichtum • Autorität • Soziale Anerkennung • Einen guten Ruf in der Öffentlichkeit haben	**Macht** (sozialer Status und Prestige, Kontrolle oder Dominanz über Personen und Ressourcen)	
• Nationale Sicherheit • Familiäre Sicherheit • Eigene Sicherheit • Soziale Ordnung • Sauberkeit	**Sicherheit** (Sicherheit, Harmonie und Stabilität der Gesellschaft, der sozialen Beziehungen und des eigenen Lebens)	Konservatismus
• Selbstdisziplin • Gehorsam • Höflichkeit • Respekt vor Eltern und älteren Menschen • Sich an Gesetze halten	**Konformität** (Einschränkung von Handlungen, die gegen soziale Konventionen verstoßen)	
• Gläubigkeit • Bescheidenheit • Mäßigkeit • Hingabe • Respekt vor Traditionen und Bräuchen	**Tradition** (Verbundenheit und Respekt gegenüber den kulturellen oder religiösen Sitten, Bräuchen und Ideen)	
• Hilfsbereitschaft • Ehrlichkeit • Verantwortungsbewusstsein • Loyalität • Vergebung • Treue	**Benevolenz** (Erhaltung und Unterstützung des Wohlergehens und Wohlstandes des eigenen sozialen Umfelds und Bekanntenkreises)	Selbsttranszendenz
• Gleichheit • Soziale Gerechtigkeit • Naturbewusst leben • Weltoffenheit • Umweltschutz • Nach Frieden streben/Toleranz	**Universalismus** (Verständnis, Toleranz und Schutz für das Wohlergehen aller Menschen sowie der Natur)	



9.3 Beschreibung der Wertegruppen

Der nachfolgende Abschnitt bietet eine Zusammenfassung der wichtigsten Informationen zu den in den Studien und Datensätzen identifizierten Werten bzw. Wertegruppen. Dargestellt werden die heutige Relevanz der einzelnen Wertegruppen, Einschätzungen und Wünsche zur zukünftigen Relevanz sowie die derzeitigen inhaltlichen Auslegungen einzelner Werte. Eingegangen wird dabei soweit möglich auch auf sozioökonomische Unterschiede.

9.3.1 Soziale Wertegruppe



Unter sozialen Werten sind jene wie Familiensinn, Freundschaften oder Partnerschaft zu verstehen. Das heißt Werte, die die Nähe und den Kontakt zu anderen Menschen (insbesondere Bezugspersonen) bzw. dem sozialen Umfeld beschreiben.

- Familie stellt in einer Welt der stetigen Veränderung einen wichtigen Rückzugsort dar. Als „Fels in der Brandung" vermittelt sie ein Gefühl von Sicherheit.[293]

- Die sozialen Medien verzeichnen eine wachsende Bedeutung von Beiträgen in Bezug auf „gemeinsam mit der Familie Zeit verbringen", z.B. bei gemeinsamen Essen oder Urlauben. Familie wird vor allem zunehmend als Gegenstück zu Arbeit und Erfolg gesehen.[294]

- Für Jugendliche sind ein gutes Familienleben und eine Partnerin bzw. ein Partner, der bzw. dem sie vertrauen können, mit die wichtigsten Werte, deren Bedeutung langfristig sogar zugenommen hat.[295]

- Kinder als Teil einer Familie gewinnen wieder an Bedeutung. Der Prognos-Zukunftsreport Familie 2016 kommt zu dem Ergebnis, dass es für kinderlose unter 30-Jährige wieder häufiger fester Bestandteil ihrer Lebensentwürfe ist, eigene Kinder zu bekommen, als es noch 2006 der Fall war. Gleichzeitig wird jedoch nicht von einem Bedeutungszuwachs von Kindern in der Gesellschaft ausgegangen.[296]

- Der Familienbegriff wandelt sich: Nur gut 40 % der Bevölkerung glauben, dass man heiraten sollte, wenn man dauerhaft zusammenlebt (insbesondere Frauen). Neben der klassischen Heirat, als „einem ganz besonderen Ausdruck von Liebe", treffen bei einer kleinen, aber wachsenden Minderheit auch neuere Formen wie Lebensabschnittspartnerschaften, Polyamorie, gleichgeschlechtliche Partnerschaften und das Lebensmodell von Alleinerziehenden mit Kindern auf Zustimmung.[297]

---

[293] Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 10; Fernow et al. (2017), S. 37, 72 und 76; Heimer et al. (2016), S. 5 und Treffpunkt: Zukunft – Podcast (2017a).

[294] Vgl. Allmendinger (2017), S. 129, Wippermann, Krüger (2018), S. 46 f. und Brühl et al. (2017), S. 46.

[295] Vgl. Albert et al. (2015), S. 243 und Albert et al. (2019), S. 20 f.

[296] Vgl. Allmendinger (2017), S. 123 ff.

[297] Vgl. ALLBUS (2019) und Allmendinger (2017), S. 128 ff.

- Die Menschen in Deutschland gehen davon aus, dass sich die bzw. der Einzelne in Zukunft weniger nach den Lebensentwürfen der Eltern richtet.[298]

- Stetig an Bedeutung gewinnt Freundschaft und wird teilweise im gleichen Atemzug wie Familie genannt. Für 97 % der Jugendlichen ist Freundschaft mit Gleichaltrigen von zentraler Bedeutung. Wichtiger ist dabei die Qualität denn die Quantität.[299]

- Zukünftig wichtiger werden sogenannte Wahlfamilien, d. h. neue Formen des häuslichen Zusammenlebens (Freundeskreis, Kolleginnen und Kollegen, Projektgruppe). Die Meinungen darüber, ob es sich dabei um einen wünschenswerten Zustand handelt oder nicht, gehen dabei stark auseinander. Tendenziell ist diese Entwicklung zwar eher weniger erwünscht, aber dennoch wird angenommen, dass die Wahlfamilie an Bedeutung zunehmen wird.[300]

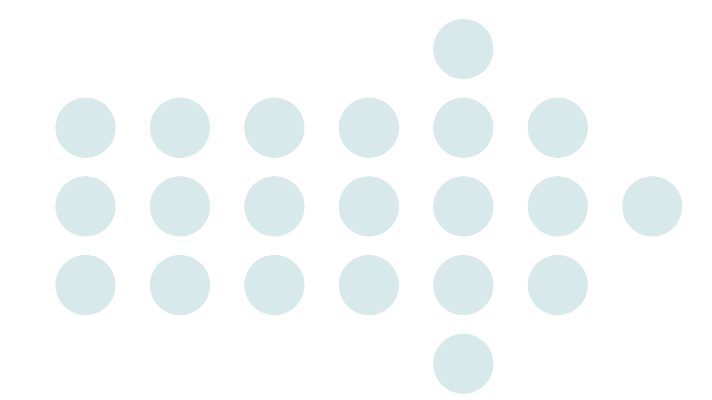
- SINUS-Lebenswelten (2016): Jugendliche aus verschiedenen Lebenswelten[301] weisen sozialen Werten eine unterschiedlich hohe Relevanz zu. Der Wunsch nach einer stabilen Partnerschaft ist über alle Lebenswelten hinweg stark ausgeprägt, aber die konkreten Erwartungen variieren.

    - Expeditive und experimentalistische Hedonistinnen und Hedonisten: stärkste Unterschiede zum jugendlichen Mainstream; geringer Drang nach einer festen Beziehung. Die klassische „Zweierbeziehung auf Lebenszeit“ stellt einerseits den Idealfall dar, steht aber auch im Konflikt zur Selbstverwirklichung. Das Zugestehen von Freiräumen ist für eine gute Beziehung zentral.
    - Konservativ-bürgerliche Lebenswelt: höhere Bereitschaft, sich selbst zugunsten von Partnerschaft und Familie zurückzunehmen. Harmonie, Halt und Berechenbarkeit spielen hier eine besonders große Rolle.
    - Bildungsferne Lebenswelten: Angst, bei Partnersuche und Familiengründung abgehängt zu werden, da Bildung als Voraussetzung für finanzielle Unabhängigkeit und ein abgesichertes Familienleben gesehen wird.

- Als noch kleine, aber auch neue Form von „Bezugspersonen“ bzw. „Gemeinschaft“ entwickeln sich die Internetgemeinschaften (v. a. spezifische Communitys rund um digitale Produkte, Followerinnen-und-Follower-Gemeinschaften auf Social-Media-Plattformen). Sie werden von den Mitgliedern als Bereicherung wahrgenommen, die emotionalen Rückhalt geben.[302]

- GESIS – ALLBUS (2019): Der Großteil der Menschen (70 %) gibt an, dass mindestens die Hälfte der eigenen Kontakte persönlich hergestellt wurde bzw. der Austausch mit anderen persönlich stattfindet. Nur sehr vereinzelt wurden keine oder fast keine der Kontakte persönlich hergestellt.

- Soziale Kontakte tragen wesentlich zum Wohlbefinden der Menschen bei.[303]



298 Vgl. Allmendinger (2019), S. 10.

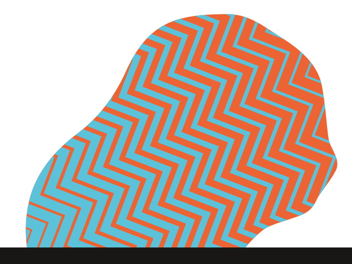
299 Vgl. Albert et al. (2015), S. 243 und Albert et al. (2019), S. 20 f.

300 Vgl. Allmendinger (2017), S. 123 f.; DIE ZEIT (2019a) und DIE ZEIT (2019b).

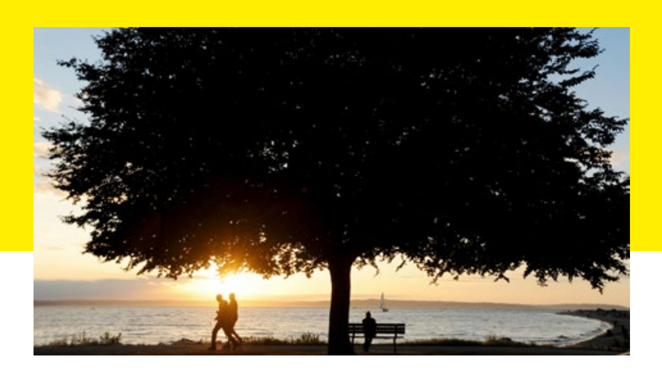
301 Übereinanderlegen von grundlegender Wertorientierung und Bildungsgrad. Vgl. Calmbach et al. (2016).

302 Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 90.

303 Vgl. TEDx Talks (2017).



9.3.2 Bewusstseinsorientierte Wertegruppe



Eine bewusste und achtsame Lebensführung, die Rücksichtnahme auf sich und die unmittelbare Umwelt einschließt, steht im Mittelpunkt dieser Wertegruppe. Das Credo lautet: sich von seinen Gefühlen leiten lassen. Allen voran stehen die Werte Umwelt, Gesundheit und Nachhaltigkeit.

- Laut dem Werte-Index (2018) sind Natur und Gesundheit die zwei am meisten diskutierten Begriffe im Netz. Die Werte Umwelt, Gesundheit und Nachhaltigkeit stehen dabei in einer engen Wechselwirkung.

- Getrieben wird die Diskussion durch Beiträge zur „ursprünglichen Natur". Darunter fallen Fotos beeindruckender Landschaften und Textbeiträge, die die Natur positiv konnotiert als Inbegriff des Wahren und Guten beschreiben, der Mensch tritt in den Hintergrund.[304]

- Ebenso viel diskutiert sind Themen wie Umweltverschmutzung durch den Menschen, Missachtung der Umwelt und Ressourcenverbrauch. Als Gegenstück setzen sich Beiträge zu „Umwelt- und Klimaschutz" in erster Linie mit der Verantwortung des Menschen für die Umwelt auseinander. Im Konkreten ist eine starke Zunahme der Diskussionsbeiträge zu den Themen „verantwortungsvolle oder auch ‚ethische' Ernährung" (vegan oder fleischlos) und „Landwirtschaft zugunsten von Tierwohl und Artenschutz" zu verzeichnen.[305]

- Neu ist vor allem die Integration von Natur und Umwelt in den urbanen Kontext, z. B. in Form von Schrebergarten-Revivals, vertikalen Gärten oder auch Urban Gardening.[306]

- Die Nachhaltigkeitsdiskussion fokussiert neuerdings vermehrt auf das eigene Konsumverhalten (weniger oder gebraucht kaufen, selbst machen).[307]

- European Social Survey Round 8 (2016): Die Mehrheit[308] der Menschen fühlt sich verantwortlich dafür, persönlich einen Beitrag zur Reduktion des Klimawandels zu leisten.

- Eurobarometer 372 (2011): Der Klimawandel bleibt ein zentrales Anliegen der europäischen Öffentlichkeit, das seit 2009 an Bedeutung zunimmt. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten hält den Klimawandel, nach Armut, Hunger und Trinkwassermangel, für eines der weltweit größten und wichtigsten Probleme.

---

[304] Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 21.

[305] Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 21 und S. 24.

[306] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 37 und S. 71 und DIE ZEIT (2019c).

[307] Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 117 und S. 119.

[308] Danach gefragt, wie sehr sie sich persönlich verantwortlich für einen Beitrag zur Reduktion des Klimawandels fühlen, antworten auf einer Skala von 0 (überhaupt nicht) bis 10 (sehr stark) 71,9 % mit 6 oder höher und 61,23 % mit 7 oder höher.

- Die Europäerinnen und Europäer glauben, dass Europa bis 2050 eine klimafreundliche, CO_2-arme Wirtschaft aufweisen wird: 88 % glauben, dass mehr erneuerbare Energien genutzt werden, 87 % erwarten, dass die Europäerinnen und Europäer energieeffizienter werden, und 73 %, dass Autos effizienter angetrieben werden.[309]

- Shell Jugendstudie (2019): Vier von fünf Jugendlichen ist Gesundheit wichtig; 71 % die Umwelt. Beide Werte sind erstmals wichtiger als ein hoher Lebensstandard (67 %).

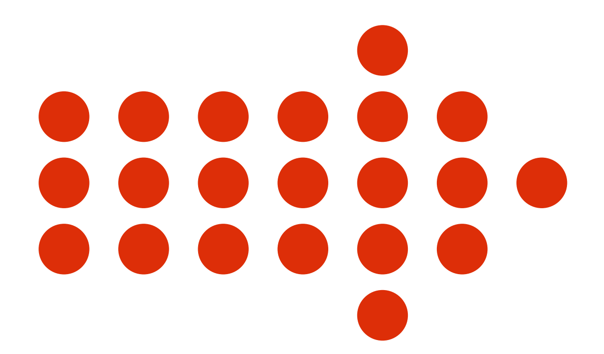
- SINUS-Lebenswelten (2016): Umweltschutz wird von Jugendlichen größtenteils pragmatisch ausgelegt: der Fokus liegt auf konkreten Aktivitäten, etwa zur Müllvermeidung und Ressourcenschonung (z. B. „weniger Auto fahren"). Empfunden wird jedoch auch ein gewisses Ohnmachtsgefühl: Allein könne man nur sehr wenig bewirken und Umweltschutz im Alltag konsequent zu leben, sei sehr schwierig.

    - Jugendliche aus den höher gebildeten Lebenswelten (sozial-ökologische und experimentalistische Hedonistinnen und Hedonisten) bedauern am ehesten die Inkonsistenz zwischen Umweltschutz als zentraler Herausforderung und der Schwierigkeit, dies im Alltag konsequent zu leben.
    - Das Thema kritischer Konsum hat noch nicht alle Lebenswelten durchdrungen. Die Debatten über Produktionsbedingungen oder Massentierhaltung sind Jugendlichen im Jahr 2016 zwar weitgehend bekannt, aber sie sind sich unsicher, wem sie Glauben schenken sollen. Eine Bereitschaft zur Änderung von Konsumgewohnheiten gibt es vor allem bei den sozial-ökologischen Jugendlichen und am ehesten im postmodernen Segment (expeditive und experimentalistische Hedonistinnen und Hedonisten). Jugendliche aus der Mitte der Gesellschaft (Adaptiv-Pragmatische) sehen überwiegend keine Alternative zu ihrem üblichen Kaufverhalten.

- Eurobarometer 81.5 (2014): Für die Zukunft setzt die deutliche Mehrheit auf Lösungen aus der Wissenschaft und auf technische Innovationen für den Kampf gegen den Klimawandel und für den Umweltschutz.

- Neuinterpretation von Gesundheit: Der Fokus ist von einer körperlichen Gesundheit hin zu einer ganzheitlichen Perspektive, die Körper, Kopf und Seele einbindet, gewechselt.[310]

- Die Menschen sind überzeugt, dass Wissenschaft und technische Innovationen einen positiven Einfluss auf die medizinische Versorgung haben werden und dass neue Gesundheitsmonitorings eine hohe Akzeptanz erleben werden, d. h. wichtiger werden.[311]



[309] Vgl. Remotti et al. (2018), S. 26.

[310] Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 10.

[311] Vgl. Eurobarometer 81.5 (2014) und Allmendinger (2017), S. 108.



9.3.3 Gemeinschaftsbezogene Wertegruppe



Gemeinschaftsbezogene Werte beschreiben Bereiche, die auf die Zusammengehörigkeit von Gruppen oder auch ganzen Gesellschaften abzielen. Der allgemeine Zusammenhalt, die soziale Hilfsbereitschaft und die Toleranz gegenüber anderen stehen im Vordergrund (Solidarität, Gleichheit, Gerechtigkeit, auch Generationengerechtigkeit und Toleranz bzw. Respekt gegenüber den Mitmenschen).

- Zwei Drittel der Bevölkerung finden, dass die wirtschaftlichen Gewinne in Deutschland im Großen und Ganzen nicht gerecht verteilt werden. Generell scheinen die weltweiten Ungleichheiten dazu beizutragen, dass die Solidaritätsforderungen der Menschen zunehmen.[312]

- European Social Survey (2018): Es gibt die latente Befürchtung, dass Sozialleistungen dazu führen, dass die Menschen weniger bereit sind, sich umeinander zu kümmern.

- Institutionalisierte sozialstaatliche Leistungen auf Basis des Umverteilungsprinzips und des Äquivalenzprinzips finden starke Befürwortung.[313]

- 80 % der Befragten sagen, ihnen sei ein „Wir-Gefühl“ wichtig. 85 % wünschen sich noch mehr „Wir“. Nur ein Viertel glaubt, dass auch den Mitmenschen das „Wir“ wichtig sei.[314]

- Den Menschen ist es wichtig, ohne materielle Sorgen leben zu können. Dieser Wunsch verdeutlicht sich auch in einer zunehmenden Debatte um solidarische Modelle wie das bedingungslose Grundeinkommen. Zwar ist die Mehrheit in Deutschland gegen die Einführung eines bedingungslosen Grundeinkommens, mit fast 45 % spricht sich allerdings auch ein beachtlicher Teil der Bevölkerung für ein Modell aus, bei dem jeder ohne Bedürfnisprüfung vom Staat ein Einkommen erhält, das alle grundlegenden Lebenshaltungskosten deckt.[315]

- Der Solidaritätsgedanke äußert sich u. a. auch in einem gestiegenen Interesse an Modellen der „Sharing-Ökonomie“ in vielen Lebensbereichen.[316]

- Laut der Studie Next Germany hat sich unsere Gesellschaft über die Jahre hinweg in zwei sich gegenüberstehende Gruppen geteilt:

  - die „starke Gemeinschaft“, deren Vorstellungen und Lebensziele geprägt sind von Kooperation und kollektivem Zusammenhalt, sowie
  - die „starken Individuen“, deren Mindset in erster Linie auf individuelle Leistung und Wettbewerb ausgerichtet ist.

  Dabei zeigen sich sozioökonomische Hintergründe als wichtiges Unterscheidungsmerkmal. Während Menschen mit geringerem Einkommen und damit häufig auch einem geringeren Bildungsniveau sowie ältere Personen eher zu gemeinschaftlichen Sichtweisen tendieren, sind die Jüngeren sowie die Einkommensstarken mit einem hohen Bildungsniveau eher in der Gruppe der „Ich-Gesellschaft“ vertreten.[317]

---

[312] Vgl. Arant et al. (2017) S. 34 und Fernow et al. (2017), S. 74.

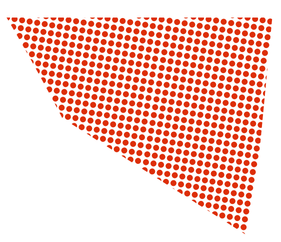
[313] Vgl. Brühl et al. (2017), S. 27 und Allmendinger (2017), S 132.

[314] Vgl. Allmendinger (2019), S. 16.

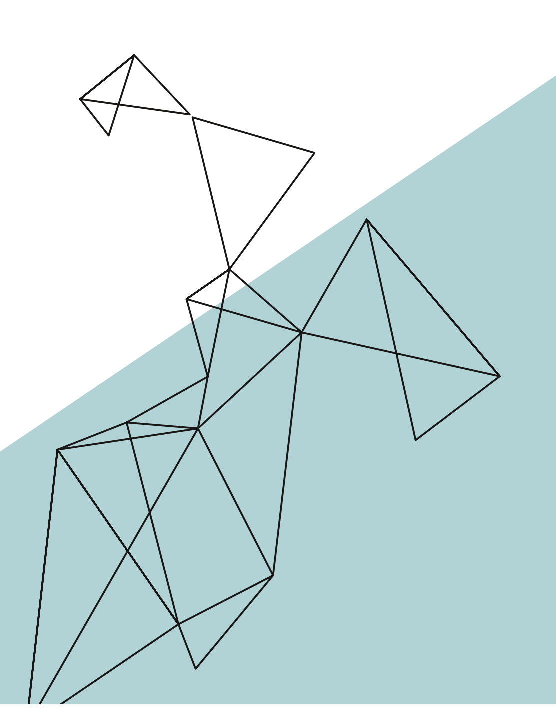
[315] Vgl. Brühl et al. (2017), S. 27 und 30; European Social Survey (2018) und Treffpunkt: Zukunft – Podcast (2017b).

[316] Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2018), S. 6.

[317] Vgl. Brühl et al. (2017), S. 9.



- Eurobarometer 81.5 (2014): Innovationen werden nicht als Lösungsansatz gesellschaftlicher Ungleichheiten gesehen. Ein gutes Viertel ist sogar der Meinung, dass sie einen negativen Einfluss auf die Ungleichheiten in der Gesellschaft haben werden.
- Shell Jugendstudie (2015 und 2019): Einem Großteil der jugendlichen Bevölkerung ist es wichtig bzw. sehr wichtig, „sozial Benachteiligten und Randgruppen zu helfen". Soziale Hilfsbereitschaft hat gegenüber den Vorjahren einen leichten Bedeutungszuwachs erfahren. Toleranz gegenüber Minderheiten, anderen Lebensformen oder Gruppen wird im Jahr 2019 weiterhin für sehr wichtig gehalten.
  - Die Zustimmung zur Frage nach der sozialen Gerechtigkeit (immerhin 59 % empfinden Deutschland als sozial gerecht) korreliert stark mit der Herkunftsschicht. Etwa jeder bzw. jede zweite Jugendliche aus der untersten Herkunftsschicht verweist auf fehlende soziale Gerechtigkeit, während aus der obersten Schicht nur noch 25 % diese Einschätzung teilen.
- European Social Survey (2018): Fast 50 % schätzen ihre Mitmenschen als hilfsbereit ein, während nur ein gutes Viertel glaubt, dass Menschen meistens auf ihren eigenen Vorteil bedacht sind. Dennoch: Die wenigsten glauben uneingeschränkt, dass man „den meisten Menschen vertrauen kann" (5 % haben auf einer Skala von 0 bis 10 eine 9 oder 10 vergeben).
- European Values Study (2015): Einer der wichtigsten Werte in Deutschland, der über die vergangenen 15 Jahre leicht an Bedeutung zugenommen hat, ist Chancengleichheit.
- European Values Study (2019): 90 % glauben, dass Toleranz zu den fünf sinnvollsten Eigenschaften zählt, die ein Kind im Elternhaus lernen sollte.
- SINUS-Lebenswelten (2016): Toleranz und Offenheit gegenüber Geflüchteten.
  - Postmoderne Lebenswelten (experimentalistische Hedonistinnen und Hedonisten, Expeditive): hohe Toleranz.
  - Gesellschaftliche Mitte (Adaptiv-Pragmatische) und in bildungsfernen Lebenswelten: am ehesten Fremdenfeindlichkeit und Ausgrenzung von sozial Schwachen.



9.3.4 Selbstbestimmungsorientierte Wertegruppe



Werte in dieser Gruppe beschreiben im Großen und Ganzen Themen, die dem Liberalismus zuzuordnen sind. Es handelt sich vordringlich um freiheitliche Werte, die Selbstverwirklichung jenseits gesellschaftlicher Zwänge und Abhängigkeiten erlauben und Selbstorganisation ermöglichen. Selbstbestimmungsorientierte Werte stehen häufig im Gegensatz zu dem Wert (nationaler politischer) Sicherheit. Unabhängigkeit, welche wiederum ein selbstbestimmtes Handeln ermöglicht, steht im Kontext unterschiedlichster Lebensbereiche – von der Unabhängigkeit in der Familie über finanzielle Unabhängigkeit bis hin zu politischer bzw. politisch garantierter Unabhängigkeit.

- Werte-Index (2018): Die Debatten in den sozialen Medien verdeutlichen, dass sich beim Wert Freiheit ein inhaltlicher Wandel vollzieht, von einer Assoziation mit politischer Freiheit hin zu einem individuellen Lebensstil.
- Die Debatten drehen sich konkret um die freie Gestaltung der eigenen Zeit, darum, unabhängig und ungebunden zu leben, und um Entfaltungsfreiheit an sich.
- Freiheit gewinnt als Gegenpol von Arbeit stark an Bedeutung: Wünsche nach „arbeitsfreier Zeit“ oder „Balance zwischen Arbeit und Leben“[318] sind hier zu nennen.
- Selbstentfaltung wird zunehmend in den Arbeitskontext integriert: Sich immer neu erfinden, etwas Neues lernen und Neues erleben im beruflichen Alltag oder Werdegang gewinnen an Bedeutung.[319]
- Selbstentfaltung und -verwirklichung, Individualismus bzw. individuelle Freiheit bilden sich auch stark im privaten Bereich ab, z. B. in Form der Darstellung der eigenen Individualität durch Kleidung, Sport, Statussymbole (körperliche Fitness, Markenkleidung) etc. Dabei zeigt sich, dass es ein schmaler Grat ist zwischen sozialverträglicher Individualität und Selbstdarstellung als bestimmendem Ideal, das die bzw. den Einzelnen in einen harten Wettbewerb mit der restlichen Gesellschaft zwingt. Letzteres ist in der Bevölkerung nicht erwünscht, wird aber als Entwicklungstendenz angenommen.[320]
- Freiheit wird stark mit Demokratie verbunden und als Abgrenzung zu anderen Ländern und Kulturen verstanden. Sie ermöglicht Selbstorganisation und damit partizipative Prozesse.[321]

---

[318] Vgl. Brühl et al. (2017), S. 22.
[319] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 54 ff. und Fokusgruppe mit Jugendlichen.
[320] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 54 ff.
[321] Vgl. Brühl et al. (2018), S. 56 ff.

- Im politischen und technologischen Kontext wird Freiheit häufig im direkten Vergleich mit Sicherheit thematisiert. Ein Mehr des einen bedeutet unweigerlich ein Weniger des anderen. In der Tendenz wird davon ausgegangen, dass den Menschen Freiheit ein so hohes Gut ist, dass es trotz unsicherer Zeiten nicht zugunsten von mehr Sicherheit im Sinne von Überwachung oder Schutz eingetauscht wird, sondern im Gegenteil, dass individuelle Freiheit als Wert an Relevanz gewinnt.[322]

- Einschlägige technologische Entwicklungen wie KI, Entlastung durch Algorithmen, automatisierte Angebote etc. versprechen eine Vereinfachung des Lebens und Abnahme „lästiger" Aufgaben. Diese Entwicklungen werden nicht als ein Zugewinn von Unabhängigkeit und Freiheit gewertet, sondern mit einem persönlichen Kontrollverlust und der Gefahr von Manipulation gleichgesetzt. Dies wiederum würde sich in der Wahrnehmung der Menschen, mit Blick sowohl auf die eigene Freiheit als auch auf die persönliche Sicherheit, negativ auswirken. Diese Entwicklungen werden als unausweichlich angenommen, bleiben, von den Menschen aber auch zukünftig unerwünscht.[323]

- Eurobarometer 427 (2014): Die Mehrheit fühlt sich mit der Idee, dass ein Roboter Dienstleistungen für Ältere oder Gebrechliche übernimmt, unwohl.

- GESIS – ALLBUS (2019): Das Recht, für seine Meinung einzutreten, auch wenn sie nicht der Mehrheitsmeinung entspricht, ist tief in der Bevölkerung verwurzelt. Nur weniger als 1 % der Befragten spricht sich explizit gegen Meinungsfreiheit aus. Ein gutes Viertel stimmt mit Einschränkungen zu.

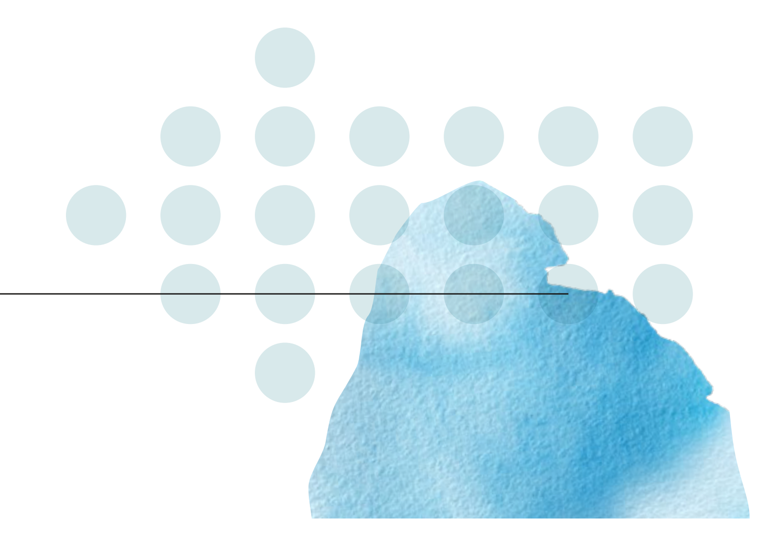
- Aspekte der Freiheit und Unabhängigkeit werden auch in weiteren Lebensbereichen wichtiger, z. B. in der Partnerschaft: Entscheidungen in der Partnerschaft aus Liebe zur Partnerin bzw. zum Partner oder zu den Kindern werden weniger befürwortet und werden für die Zukunft als eher weniger wichtig bewertet. Unterschiede in der Bedeutung von Unabhängigkeit zeigen sich vor allem bei dem Geschlecht, dem Alter, der Bildung und dem kulturellen Hintergrund: Während Frauen und höher Gebildete mehr Unabhängigkeit einfordern, ist dies Menschen mit Migrationshintergrund und aus dem Osten weniger wichtig.[324]

- Shell Jugendstudie (2015): Für Jugendliche ist einer der wichtigsten Werte „von anderen Menschen unabhängig sein".

- European Social Survey (2018): Unabhängigkeit (selbst entscheiden und unabhängig von anderen sein) bildet gemeinsam mit Hilfsbereitschaft und Loyalität die wichtigsten Werte.

- Unabhängigkeit erweist sich relativ konstant als einer der wichtigsten Werte, wobei der absolute Zustimmungswert in den vergangenen zwei Jahrzehnten leicht zunahm.

- European Values Study (2019): Unabhängigkeit und Selbstständigkeit spielen auch in der Erziehung bzw. Wertevermittlung eine sehr wichtige Rolle. Drei Viertel der Befragten zählen Unabhängigkeit zu den fünf sinnvollsten Werten, die Kindern im Elternhaus vermittelt werden können. Damit ist Unabhängigkeit einer der vier am häufigsten genannten Werte in der Erziehung.



[322] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 73 ff.
[323] Vgl. Brühl et al. (2018), S. 60 ff.
[324] Vgl. Allmendinger (2017), S. 128 f. und 151 f.

9.3.5 Politikorientierte Wertegruppe



Politikorientierte Werte bilden ein breites Spektrum im Bereich des Engagements und der Verantwortungsübernahme ab. Im Fokus stehen einerseits Werte, die auf die persönliche Verantwortungsübernahme abzielen (Eigenverantwortung), d.h. Verantwortung für das eigene Handeln übernehmen und gegenüber der Gemeinschaft bzw. Gesellschaft. Andererseits sind in dieser Gruppe Werte vertreten, die das aktive oder passive politische Engagement (z.B. Partizipation oder politisch informiert sein) beschreiben.

- Die Übernahme von Verantwortung, Partizipation oder auch verantwortungsvoller Genuss werden sowohl von Expertinnen und Experten als auch Bürgervon Bürgerinnen und Bürgern als hochrelevant gewertet, mit dem starken Wunsch, dies in der Zukunft noch auszuweiten.[325]

- Die vielfältigen und umfassenden Möglichkeiten, sich zu informieren, z.B. durch das Internet, führen dazu, dass die Menschen zunehmend über bestimmte Umstände und Missstände informiert sind (z.B. Produktionsbedingungen für Kleidung) und über die Folgen ihres Handelns Bescheid wissen. Damit wächst die Verantwortung für eigene Entscheidungen. Die Nachfrage nach fair gehandelten oder nachhaltig produzierten Gütern steigt an.[326]

- Shell Jugendstudie (2015 und 2019): Als stark interessiert bezeichnen sich 8 % der Jugendlichen im Jahr 2019, weitere 33 % betrachten sich als interessiert. Damit ist das Interesse im Vergleich zu 2015 zwar leicht rückläufig (41 % im Vergleich zu 43 %), im längerfristigen zeitlichen Verlauf betrachtet liegt es jedoch deutlich über den Ergebnissen der Jahre 2002, 2006 und 2010. Das politische Interesse steigt mit dem Bildungsabschluss. Zudem sind die Jugendlichen mit der Demokratie, so wie sie in Deutschland ist, sehr zufrieden (77 %).

- Politisch Informierte haben im Vergleich zur allgemeinen Bevölkerung in der Regel mehr Vertrauen in öffentliche Institutionen.[327]

- Die Übernahme von Verantwortung ist eng verknüpft mit den gemeinschaftsbezogenen Werten, insbesondere mit Generationengerechtigkeit und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und Umgebung. Eigenverantwortung wird als äußerst wünschenswert für die Zukunft eingestuft, mit einem großen Vertrauen, dass dies auch eintritt.[328]

- European Values Study (2019): Verantwortungsbewusstsein stellt einen der drei Werte dar, die am häufigsten genannt werden, wenn es darum geht, welche Eigenschaften durch das Elternhaus vermittelt werden sollten.

- Shell Jugendstudie (2015): Für Jugendliche ist „eigenverantwortlich leben und handeln“ eine hochrelevante Wertvorstellung.

- Für Jugendliche ist Eigenverantwortung häufig mit Identitätsbildung im Kontext der Entwicklungen von Bindungsfähigkeit und von Individualität verbunden, aber nicht nur: Es wird ein Grundverständnis einer gemeinwohlbezogenen Eigenverantwortung gelegt. Insbesondere Jugendliche aus der Mittelschicht verstehen sich als verantwortungsbewusste Bürgerinnen und Bürger, die künftig pünktlich Steuern zahlen und „dem Staat nicht auf der Tasche liegen wollen“.[329]

---

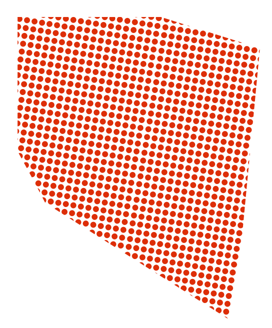
[325] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 29 und S. 48 f.

[326] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 48 f.

[327] Vgl. Edelman Trust Barometer (2019), S. 4 f.

[328] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 29 und 49.

[329] Vgl. Calmbach et al. (2016), S. 62.



- Führungskräfte, die nach ihren wichtigsten Werten im beruflichen Umfeld gefragt werden, nennen Verantwortung (Bereitschaft oder Verpflichtung, für etwas einzutreten und die Folgen dafür zu tragen, sowie die Bereitwilligkeit, Eigennutz hinter das unternehmerische Gesamtinteresse zu stellen) am zweithäufigsten von sechs Werten.[330]

- Beurteilungen zum Politikengagement hängen stark von sozioökonomischen Faktoren ab:

  - GESIS – ALLBUS (2019): Die Bedeutung politischen Engagements unterscheidet sich nur geringfügig zwischen verschiedenen Altersgruppen. Zwar liegt tatsächlich der Anteil der 18- bis 24-Jährigen, die politisches Engagement für wichtig oder sehr wichtig halten, bei unter 10 % und damit merklich unter den 15 % bei 55- bis 64-Jährigen. Gleichzeitig ist unter Letzteren der Anteil von Personen, denen politisches Engagement unwichtig oder eher unwichtig ist, deutlich höher. Es lässt sich also eher ein Bild jüngerer Generationen zeichnen, die in Bezug auf politisches Engagement weniger polarisiert sind.
  - Allmendinger (2017): Informiertheit über Politik und Kultur: Älteren Menschen (v. a. über 65-Jährigen) ist dies wichtiger als jüngeren Menschen, insbesondere als Jugendlichen. Zudem korreliert die persönliche Relevanz stark mit Bildung und Einkommen. Männern ist dieser Wert etwas wichtiger als Frauen.[331]

- Eine Neuaufladung von politischem Engagement stellen neue Beteiligungsformate dar: Digitalisierung erleichtert Partizipation, wodurch die Vertretung von Interessen auch auf lokaler Ebene an Schlagkraft gewinnt und Partizipation wieder attraktiver wird. Gewünscht wird eine „Vitalisierung" von demokratischen Beteiligungsformen, wie Bürgerbeteiligung und direkter Demokratie, die Demokratie erlebbar und nachhaltig gestalten.[332]

- GESIS – ALLBUS (2019): Dennoch ist derzeit noch eine Zurückhaltung im „digitalen, politischen Engagement" zu verzeichnen. Klassische Formen der politischen Meinungsäußerung und -teilhabe stoßen nach wie vor auf die größte Zustimmung.

  - Die beliebteste Form ist weiterhin die Teilnahme an Wahlen.
  - Volksabstimmungen oder Unterschriftensammlungen sind Formen der Partizipation, die von deutlich mehr als der Hälfte der Bevölkerung gegebenenfalls genutzt würden.
  - Neuere Formen wie das Starten von Online-Petitionen oder politische Meinungsäußerungen in den sozialen Medien hingegen bekommen zwar in der öffentlichen Diskussion sehr viel Aufmerksamkeit, stellen derzeit aber nur für einen sehr kleinen Teil der Bevölkerung (< 15 %) eine tatsächliche Alternative zu anderen Beteiligungsformen dar.

- Ausgehend von der These, dass die digitale Vernetzung die Möglichkeiten zur Einflussnahme erhöht, viele Menschen gleichzeitig aktiviert werden können und die Macht der bzw. des Einzelnen unmittelbarer und direkter wird, findet eine Verschiebung politischer Macht hin zu Privatpersonen statt („Privatisierung der Macht").[333]

- Shell Jugendstudie (2019): Das größte Vertrauen wird jedoch nach wie vor den klassischen Medien entgegengebracht. Informationen aus Social-Media-Kanälen wird weniger vertraut.

- Eurobarometer 81 (2014): Die Abnahme des Vertrauens in politische Institutionen ist ein relativ stabiler Trend in Gesamteuropa. Weniger als die Hälfte der EU-Bürgerinnen und -Bürger vertraut (in abnehmender Reihenfolge) den regionalen oder lokalen Behörden, der EU, den nationalen Parlamenten und ihrer nationalen Regierung.

- Ein zunehmendes Phänomen in ganz Europa sind rechtspopulistische Entwicklungen, die zuletzt an Akzeptanz gewonnen haben.[334]

---

[330] Vgl. Hattendorf et al. (2019), S. 13.
[331] Vgl. Allmendinger (2017), S. 138 und Albert et al. (2015), S. 263.
[332] Vgl. Brühl et al. (2018), S. 31.
[333] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 34, 74 und 77.
[334] Vgl. Remotti (2018), S. 39.



9.3.6 Leistungsbezogene, materialistische Wertegruppe



Leistungsorientierte, materialistische Werte berücksichtigen insbesondere die berufliche Situation bzw. berufliche Wünsche und den persönlichen Lebensstandard. Typische Werte sind z. B. Leistung, Lebensstandard oder Erfolg.

- Werte wie Erfolg, Leistung bzw. Erwerbsarbeit sind den Menschen nach wie vor wichtig, unterliegen aber auch einem Wandel.

- Werte-Index (2018): Beruflicher Erfolg wird in den sozialen Medien weniger thematisiert, dafür eher der persönliche Erfolg im Alltag, z. B. in den Bereichen Aussehen (verbunden mit Sport), Ziele erreichen, etwas ausprobieren oder etwas suchen und finden. Diese Entwicklung geht Hand in Hand mit dem beschriebenen Fokus auf Selbstoptimierung.

- In vielen Ländern, u. a. auch in Deutschland, werden Aspekte wie Gesundheit oder Attraktivität nicht mehr als eine Glücksfrage angesehen, sondern als persönlicher Erfolg dank Disziplin. In diesem Zusammenhang gewinnt ein neuer Trend, der „Transhumanismus“ (Optimierung der intellektuellen und körperlichen Fähigkeiten), an Bedeutung.[335]

- European Social Survey (2018): Der Wert Erfolg rangiert im mittleren bis unteren Zustimmungsbereich. Dem Großteil der Befragten ist Erfolg und Anerkennung bis zu einem gewissen Grad wichtig, allerdings gibt es wenige, die sich sehr stark mit dem Wert identifizieren – ebenso lehnt ihn auch nur ein kleiner Teil ab.

- Es deutet sich auch ein Wandel von materiellem Erfolg hin zu immateriellem Erfolg an: Der soziale Status hängt nicht mehr ausschließlich von materiellen Errungenschaften ab. Dafür werden eher immaterielle Werte, wie eine glückliche Beziehung, zufriedene Kinder, Bildung, Erlebnisreichtum und Lebensfreude in Zukunft als Erfolg gewertet.[336]

- Diese Entwicklung ist aus Sicht der Mehrheit wünschenswert. In der Beurteilung, ob sich dies in Zukunft auch so realisieren wird, sind sich die Studien allerdings uneinig:

  - Vermächtnisstudie (2019): Insbesondere bei gut gebildeten Menschen und Personen mit hohem Einkommen wird dieser Trend auch in Zukunft anhalten.
  - Values & Visions 2030 (2017): Die Bürgerinnen und Bürger gehen nicht davon aus, dass immaterieller Erfolg zukünftig an Relevanz gewinnt, die Expertinnen und Experten hingegen schon.

- Für die Zukunft wünschen sich vor allem jene, die heute bereits eine gute Stellung haben (höher Gebildete), dass der Erwerbsarbeit weniger Bedeutung beigemessen wird. Weiterhin ist aber der Wunsch nach einer sicheren und sinnerfüllten Arbeit sehr stark.[337]

---

[335] Vgl. Remotti (2018), S. 33 und WDR 5 (2019b).

[336] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 74, Remotti et al. (2018), S. 37 und Huber, Rauch (2013), S. 36.

[337] Vgl. Allmendinger (2017), S. 27, 94 und 96; European Values Study (2019) und Wippermann, Krüger (2018), S. 80.

- Vor allem für die jungen Menschen sind Erwerbsarbeit und ein beruflicher Aufstieg dennoch weiterhin sehr wichtig. Gleichzeitig legen sie Wert darauf, dass sie ihre Arbeit gerne machen, dass es eine sinnvolle Arbeit ist und dass sie sicher ist.[338]

- Laut Kienbaum Institut @ ISM für Leadership & Transformation existieren vier Typen von Hochschulabsolventinnen und -absolventen mit jeweils unterschiedlichen Karrieremotiven:[339]

  - Ambitionierte (38 %): Wichtig sind sowohl Freizeit, Familie, Reisen und Selbstverwirklichung als auch Karriereorientierung.
  - Erlebnisorientierte (29 %): Wichtig sind Freizeit, Familie, Reisen und Selbstverwirklichung und weniger Karriereorientierung – Reisen sind ihnen wichtiger als Karriere und Erfolg.
  - Karriereorientierte (20 %): Karriere und Erfolg ist das Wichtigste, sogar wichtiger als Freunde und Familie.
  - Orientierungssuchende (13 %): Hier lassen sich in beiden Dimensionen relativ geringe Ausprägungen erkennen; es fällt ihnen schwer, zu priorisieren.

- SINUS-Lebenswelten (2016): Persönlicher Erfolg wird von Jugendlichen unterschiedlich definiert. Die Begriffsgehalt hängt stark von der übrigen Wertorientierung ab:

  - Für adaptiv-pragmatische Jugendliche steht Erfolg in der Schule an erster Stelle.
  - Jugendliche der sozial-ökologischen Lebenswelt definieren Erfolg nicht anhand von Karriere(perspektiven), sondern anhand dessen, was man „Gutes in der Welt tut“.

- European Values Study (2019): Am wichtigsten ist den Menschen, dass ihr Job gut bezahlt ist – auch unabhängig vom Alter (78 %). Fast ebenso wichtig ist den Befragten ein Beruf, in dem sie das Gefühl haben, etwas zu erreichen (73 %). Großzügige Urlaubsregelungen sind den wenigsten ein besonderes Anliegen (35 %). Vergleicht man die Präferenzen von Millennials mit denen von älteren Befragten, zeigt sich, dass die Unterschiede vergleichsweise gering sind (37 % bei unter 35-Jährigen, 34 % bei den übrigen). Lediglich angenehme Arbeitszeiten sind den jüngeren etwas wichtiger als ihren älteren Mitmenschen.

- Nichtsdestoweniger ist „fleißig und ehrgeizig sein“ für Jugendliche ein eher wichtiger Wert. Die Bedeutung hat jüngst zwar etwas abgenommen, bleibt aber auf einem konstant hohen Niveau.[340]

- European Values Study (2019): Fleiß, Entschlossenheit und Ausdauer sind Eigenschaften, die es gilt an Kinder zu vermitteln – sie bewegen sich aber im Vergleich zu anderen Werten eher im Mittelfeld.

- European Social Survey (2018): Den wenigsten Menschen in Deutschland ist es wichtig, „reich zu sein (…) und teure Sachen zu besitzen“ (7,3 % der Befragten identifizieren sich [stark] mit dieser Charakterisierung).[341]

- Allerdings verleiht Besitz auch Sicherheit und soll vor allem auch in der Familie vererbt werden. Einkommen und Bildung scheinen keine große Rolle für ein Besitzstreben zu spielen, das Alter und der Wohnort schon: Jüngeren und Menschen auf dem Land ist Besitz wichtiger. Es zeigt sich, dass vor allem jene, die sich ihrer selbst und ihrer Zukunft sicher sind, Abstand von materiellem Besitz nehmen und Besitz für Menschen mit Armutsangst eine größere Bedeutung hat.[342]

---

338 Vgl. Allmendinger (2017), S. 98 und Ernst & Young GmbH (2018), S. 6.

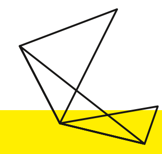
339 Vgl. Frohne et al. (2015), S. 15 ff. „Karriere und Erfolg“ übereinandergelegt mit Werten, die für die Generation Y als typisch gelten, z. B. ausreichend Freizeit, Familie und Freunde, Reisen/fremde Länder und Kulturen, Selbstverwirklichung.

340 Vgl. Albert et al. (2015), S. 239 und ALLBUS (2019).

341 Siehe auch Allmendinger (2017), S. 104.

342 Vgl. Allmendinger (2017), S. 106 ff.; Albert et al. (2015), S. 243 ff. und European Social Survey (2018).





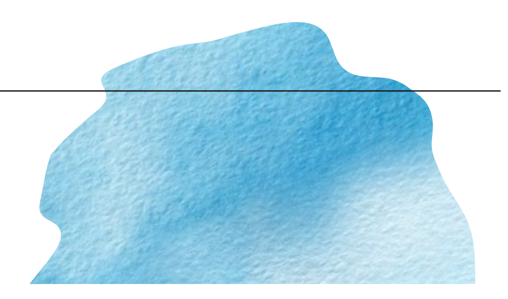
9.3.7 Hedonistische Wertegruppe



Hedonistische Werte sind Werte, die die Lust und Freude am Leben umschreiben (zum Beispiel Lebensfreude, Abenteuer, Spaß, Neugierde, Aufregung). In seiner Reinform ist Hedonismus inzwischen teilweise negativ konnotiert – Grund dafür ist die Annahme, dass es sich um eine egoistische, exzessive und übertriebene Form des Vergnügens handelt.

- Hedonistische Werte werden nur in wenigen Studien thematisiert.
- Neuaufladung von hedonistischen Werten: In den Vordergrund tritt ein „sinnhaftes“ Leben. Ein gutes Leben ist es in der Folge dann, wenn das Leben und unterschiedlichste Lebensbereiche mit Sinn gefüllt sind.
- Hedonismus wird immer stärker in Verknüpfung mit Arbeit diskutiert, sowohl in Verbindung mit hedonistischen Werten (z. B. sinnvolle Arbeit) als auch als Gegenpol zu Arbeit (z. B. eine gute Life-Work-Balance). Das heißt, Arbeit sollte Raum lassen für familiäre Verpflichtungen, individuelle Selbstverwirklichung oder gesellschaftliche Mitgestaltung.
- Insbesondere für jüngere Menschen ist Arbeit nicht mehr nur ein Mittel zur Existenzsicherung, sondern auch dafür, etwas zu erleben, was für sie von Bedeutung ist. Sich im Arbeitskontext selbst neu erfinden zu können und viele spannende Erfahrungen zu machen, gewinnt zunehmend an Bedeutung.[343]
- Shell Jugendstudie (2015): Die klassische Interpretation von Hedonismus findet vor allem unter jungen Menschen Anklang, wobei auch hier der Wert eher einen der mittleren Ränge belegt. Dennoch halten sie ihn für wichtiger als „einen hohen Lebensstandard haben“.
- SINUS-Lebenswelten (2016): Die Bemühungen der Jugendlichen um Abgrenzung von Erwachsenen und von Mainstream-Kultur lassen nach. Anders als noch 2012 ist „Mainstream“ heute kein Schimpfwort mehr, sondern ein positiv besetzter Begriff. Jugendliche wollen so „sein wie alle“. Die vormals stärkere Betonung von Hedonismus und Selbstentfaltungswerten tritt mehr und mehr in den Hintergrund. Dieser Trend ist bei Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund gleichermaßen zu erkennen.
- Jugendliche der postmodern geprägten Lebenswelten: Sie folgen diesem Trend nicht, sind weiterhin stark vom Individualismus-Trend beeinflusst und legen Wert auf Herausstechen und Selbstinszenierung.[344]
- Materialistische Hedonistinnen und Hedonisten: Sie legen großen Wert auf die Repräsentation von (angestrebtem) Status. Konsum kommt klar vor Sparsamkeit und kurzfristige Konsumziele und Statussymbole (z. B. moderne Kleidung, neueste Handys etc.) sind sehr wichtig. Sie erzielen häufig niedrigere Bildungsabschlüsse.

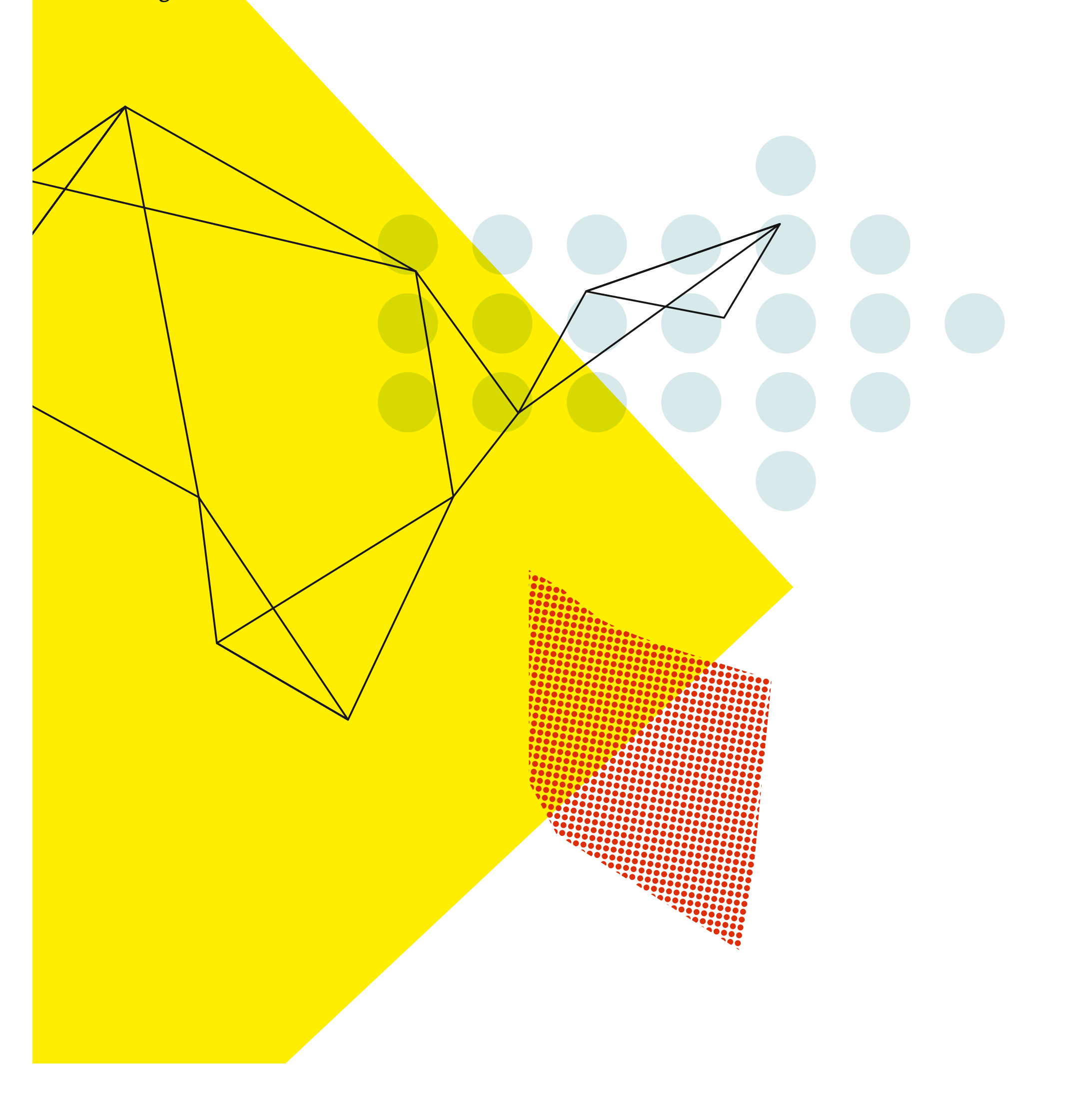
[343] Vgl. Allmendinger (2017), S. 150 und Brühl et al. (2018), S. 27.
[344] Vgl. Calmbach et al. (2016), S. 91 und 113 ff.



- Experimentalistische Hedonistinnen und Hedonisten: Sie wollen das Leben in vollen Zügen genießen und den Ernst des Lebens möglichst lange hinauszögern. Der Wunsch nach ungehinderter Selbstentfaltung ist groß und sie leben vor allem im Hier und Jetzt. Das Leben wird vor allem dann ausgelebt, wenn Grenzen überschritten und Regeln gebrochen werden. Kurz: wenn man es darauf ankommen lässt.

- European Social Survey (2018): Unterschiedliche Operationalisierungen führen zu verschiedenen Ergebnissen. Die Bedeutung von „Spaß im Leben und sich etwas gönnen" findet in allen Altersstufen relativ viel Zuspruch und hat auch bis 2012 noch an Bedeutung gewonnen. Deutlich weniger können sich die Befragten mit jemandem identifizieren, der keine Gelegenheit auslässt, Spaß zu haben, und dem es wichtig ist, Dinge zu tun, die ihm Vergnügen bereiten. Der Bedeutungsanstieg für die Befragten, die in den 1980er oder 1990er Jahren geboren wurden, ist jedoch in beiden Formulierungen klar zu erkennen.

- European Social Survey (2018): Anknüpfend an hedonistische Werte fragen einige Studien auch Stimulationswerte ab – hier ist die zugrunde liegende Frage, inwieweit eine Person im Leben Abwechslung, Aufregung und Risiko sucht:
Ein abwechslungsreiches Leben mit Überraschungen und neuen Aktivitäten rangiert in seiner Bedeutung im Mittelfeld, wird aber vor allem von jüngeren Generationen als immer wichtiger eingeschätzt. Im Vergleich dazu wird nach einem aufregenden Leben mit Abenteuern und Risiken weniger gestrebt. Auch wenn sich die Mehrheit der Bevölkerung wenig mit diesen Werten identifizieren kann, findet sich hier ein starker Alterseffekt: Von den über 65-Jährigen können sich knapp 70 % nicht oder überhaupt nicht in den genannten Werten wiederfinden. Bei den Millennials sinkt dieser Wert auf unter 30 %. Betrachtet man nur die 15- bis 24-Jährigen, sind es sogar unter 20 %.



9.3.8 Normorientierte Wertegruppe



Normorientierte Werte sind Werte, die eine Gesellschaft oftmals stabilisieren. Es handelt sich um Werte wie Sicherheit oder Gesetzesakzeptanz. Analog zu Freiheit wird Sicherheit häufig im Kontrast zur Freiheit diskutiert. Sicherheit kann dabei in vielen unterschiedlichen Bereichen eine Rolle spielen.

- Die Bedeutung von normorientierten Werten bewegte sich lange eher im mittleren Bereich, hat aber zuletzt an Relevanz gewonnen. Diese Entwicklung steht im Zusammenhang mit zunehmenden Bedrohungssituationen wie der Finanzkrise oder Terrorismus.

- Die sozialen Medien verdeutlichen eine zunehmende Relevanz von Sicherheit in der jüngsten Vergangenheit. Sicherheit wird stark mit nationaler bzw. öffentlicher Sicherheit assoziiert. Die am häufigsten thematisierte Kategorie ist „Staat bietet Sicherheit" – hierbei geht es sowohl um öffentliche Sicherheit im Kontext von Kriminalität und Terrorismus als auch um soziale Sicherheit im Kontext von Arbeitsplatz, Einkommen und Rente.[345]

- European Values Study (2019): Nationale Sicherheit und ein starker Staat, der seine Bürger verteidigt und vor Bedrohungen schützt, sind in Deutschland von mittlerer Bedeutung. Deutlich erkennbar ist ein Anstieg des Sicherheitsbedürfnisses nach 2008, welches in den Folgejahren wieder abgeflacht ist.

- Konflikte, z. B. politischer und religiöser Natur, verstärken den Wunsch nach Sicherheit und Ordnung in der Regel.[346]

- European Values Study (2019): Älteren Menschen ist nationale Sicherheit deutlich wichtiger als jüngeren. Erheblich stärker ist dieser Effekt, wenn es um die Sicherheit im nahen Umfeld geht. Während sich von den Menschen, die älter als 75 sind, mehr als drei Viertel gut oder sehr gut mit einer Person identifizieren können, die alles vermeidet, was ihre Sicherheit gefährden könnte, sind es unter den 15- bis 24-Jährigen nur gut 45 %.

- GESIS – ALLBUS (2019): „Gesetz und Ordnung respektieren", das heißt Gesetzesakzeptanz, ist einer der wichtigsten Werte in Deutschland. Je älter die Befragten sind, desto wichtiger ist dies.

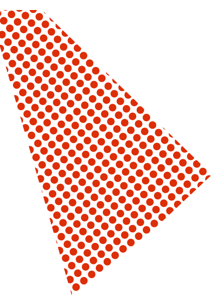
- European Values Study (2019): Korrektes Verhalten in sozialen Kontexten oder die Vermeidung von Verhalten, „das andere Leute für falsch halten könnten", rangiert im Mittelfeld der abgefragten Werte. Auch hier finden sich jüngere Generationen weniger wieder als ältere.

- Shell Jugendstudie (2015): In den Augen der Jugendlichen ist „nach Sicherheit streben" ein Wert, der eher im Mittelfeld rangiert. Gegenüber dem Jahr 2010 ist dies ein leichter Bedeutungsverlust.

---

[345] Vgl. Wippermann, Krüger (2018), S. 70.

[346] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 74.



- Materielle Sicherheit (Berufsaussichten oder prekäre Lebensverhältnisse) bildet einen weiteren Aspekt von Sicherheit ab. Vor allem bei älteren Menschen sowie Menschen mit niedrigem Einkommen ist diese Verknüpfung von Besitz und Sicherheit stark ausgeprägt.[347]

- Dennoch bleibt Arbeitsplatzsicherheit auch unter jungen Menschen der wichtigste Entscheidungsfaktor bei der Berufswahl.[348]

- Die Berechenbarkeit von Berufslaufbahnen hat in der Wahrnehmung der Menschen seit den 1990er Jahren abgenommen. Diejenigen, die hier einen persönlichen Verlust an Sicherheit wahrnehmen, beschreiben zudem die Umwandlung regulärer Jobs in prekäre Jobs. Diese berufliche Unsicherheit bedeutet für sie Schwierigkeiten, ihr Leben zu planen.[349]

- Eurobarometer 87.1 (2017): Sorgenfrei von der Arbeit leben zu können, ist den Menschen in allen Bevölkerungsgruppen wichtig – dazu gehört auch, dass der Staat im Falle eines Arbeitsplatzverlustes jene Menschen absichert, die ihren Beitrag zur Gesellschaft leisten.

- Eurobarometer 87.1 (2017): Zunehmende Digitalisierung wird als Bedrohung für die Arbeitsplatzsicherheit wahrgenommen. Gut 70 % der Deutschen gehen davon aus, dass der Einsatz von Robotern und künstlicher Intelligenz in Zukunft mehr Arbeitsplätze kosten wird, als neue zu schaffen. Dabei geht die Mehrheit davon aus, dass sie selbst nicht davon betroffen sein wird, sondern andere.

- Eurobarometer 87.1 (2017): Fast die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass Wissenschaft und technische Innovationen einen negativen Einfluss auf den Schutz der persönlichen Daten haben werden.

- Eurobarometer 371 (2014): Die Gefahr, die nach Meinung der Befragten in den kommenden Jahren am wahrscheinlichsten ansteigen wird, ist Cyberkriminalität.

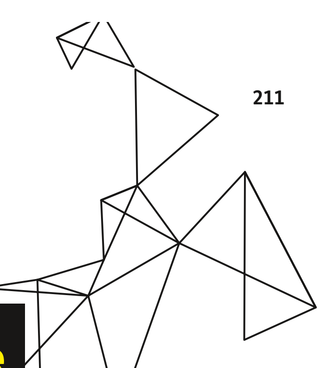
- Shell Jugendstudie (2015): Zu beobachten ist eine kontinuierlich wachsende Bereitschaft zur Akzeptanz gesellschaftlicher Regeln – „Respekt vor Gesetz und Ordnung" ist für Jugendliche gegenüber dem Jahr 2010 wichtiger geworden.

- SINUS-Lebenswelten (2016): Insgesamt bestehen innerhalb der jugendlichen Bevölkerung große Unterschiede:

  - Expeditive: Es zeigt sich eine starke Ablehnung von Fügsamkeits- und Unterordnungswerten. Wird die freie Selbstentfaltungsmöglichkeit Einzelner infrage gestellt, werden diese Jugendlichen schnell skeptisch und wenden sich ab. Egal ob in der Schule, beim Sport oder im Internet: Sie wollen selbst entscheiden, wann sie etwas wie tun oder lassen.
  - Funktionierende Gesellschaften brauchen zwar Regeln, über die Gültigkeit von Regeln und Pflichten herrscht heute aber zunehmend Unklarheit – in der Folge wächst der Wunsch nach Orientierung und entsprechend wird auch die Anpassung an Regeln in Zukunft wichtiger sein als Individualität.[350]



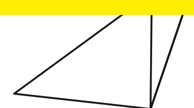
[347] Vgl. Allmendinger (2017), S. 90 und 106 ff. und Wippermann, Krüger (2018), S. 71.
[348] Vgl. Ernst & Young GmbH (2018), S. 37 und Huber, Rauch (2013), S. 37.
[349] Vgl. nextpractice GmbH (2016), S. 43.
[350] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 73.



9.3.9 Gestaltungsorientierte Wertegruppe



Die gestaltungsorientierten Werte beschreiben in erster Linie Werte, in denen es um Offenheit für Neues geht (z. B. gegenüber Technologie) bzw. Kreativität und Aufgeschlossenheit sowie innovative Bereiche.



- Werte wie Offenheit und Aufgeschlossenheit sind insbesondere in Bezug auf Innovationen und Technologie von hoher Relevanz. Technik bestimmt mehr und mehr unser Leben, was allerdings vor allem auch dazu führt, dass die Bevölkerung diesem Thema eher ambivalent gegenübersteht.[351]

- Allmendinger (2017): Der Nutzen von Technik im Haushalt wird durchaus anerkannt. Das Maß an Technik im Haushalt hängt aber u. a. vom Einkommen ab. In der Wiederholungsbefragung 2019 zeigt sich, dass die Menschen technischen Neuerungen inzwischen gelassener begegnen. Sie wünschen sich für die Zukunft, dass die Zustimmung zur Bedeutung des technischen Fortschritts steigt.

- Die Menschen sind bei zu viel Technik skeptisch. Technik führt in ihren Augen eher dazu, dass das direkte Erleben verloren geht.[352]

- Im Gegenzug schätzen die Menschen nach wie vor „Handarbeit" sehr. Es zeigt sich zudem: Menschen mit mehr Freundinnen und Freunden wollen lieber „Dinge selbst erleben". Im Ergebnis wünschen sich die Menschen zwar Technik und Alternativen sowie „Spielräume", wollen die Nutzung aber selbstbestimmt erleben.[353]

- Die Omnipräsenz virtueller Welten steigert bei den Menschen das Bedürfnis nach „echten" Erfahrungen und Erlebnissen, wie „selber machen", Freundinnen und Freunde treffen oder Bewegung, sowie nach nicht digitalem Konsum.[354]

- Eurobarometer 87.1 (2017): Der zukünftigen Inanspruchnahme konkreter Unterstützungsleistungen durch moderne Technik oder Robotik stehen die Menschen zögerlich gegenüber. Ob Drohnen oder Roboter, die Waren nach Hause liefern, Roboter als Assistenten bei medizinischen Eingriffen, autonome Autos im Straßenverkehr oder Roboter, die Älteren und Gebrechlichen Gesellschaft leisten: Ihr Einsatz wird kritisch betrachtet – die Menschen würden sich damit überwiegend unwohl fühlen.[355]

- Die Mehrheit der EU-Bürgerinnen und -Bürger sorgt sich in Bezug auf Online-Betrug und den Missbrauch persönlicher Daten.[356]

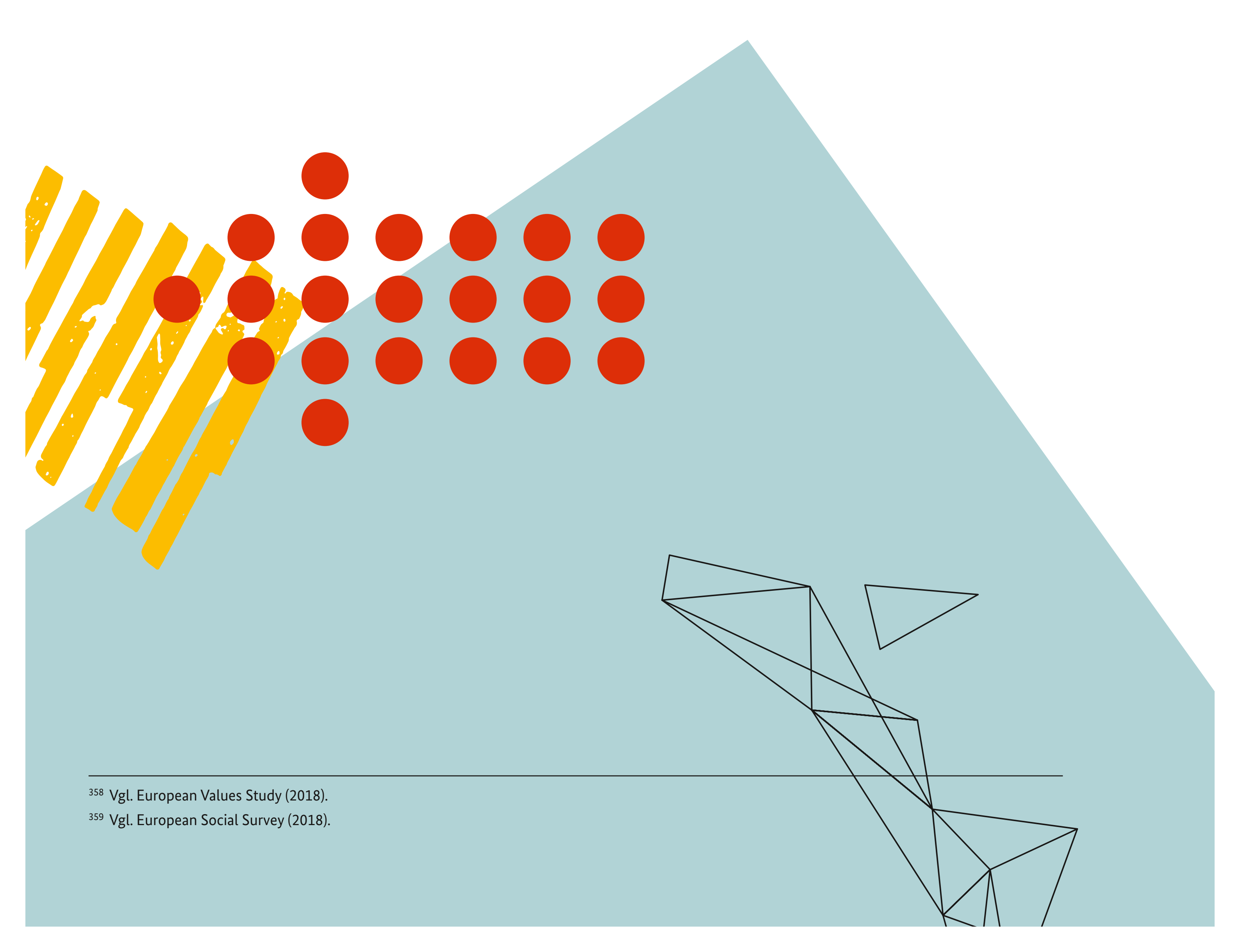
- Eurobarometer 371 (2014): Die Mehrheit der EU-Bürgerinnen und -Bürger stimmt zu, dass die Bedeutung der Datenschutzfragen derzeit unterschätzt wird (75 %) und dass der Datenschutz für die EU Priorität haben sollte (79 %).[357]

---

351 Vgl. Allmendinger (2017), S. 110 f.
352 Vgl. Allmendinger (2017), S. 110 f.
353 Vgl. Allmendinger (2017), S. 110 f.
354 Vgl. Fernow et al. (2017), S. 72.
355 Vgl. Allmendinger (2017), S. 110 f.
356 Vgl. Remotti et al. (2018), S. 22 und 27.
357 Vgl. Remotti et al. (2018), S. 22.



- Kreativität wird in der Regel der Drang zugeordnet, unabhängig zu denken und zu handeln sowie zu erforschen und schöpferisch tätig zu sein. Damit reflektieren Kreativität und Fantasie als Wert nicht nur die künstlerisch-schöpferische Ader einer Person, sondern auch die Offenheit gegenüber Neuem.
- In allen hier betrachteten quantitativen Erhebungen werden eigene Ideen und Kreativität als mittlere bis eher wichtige Werte eingestuft. Ein klarer Trend ist allerdings schwer auszumachen. Während in einigen Erhebungen eine leicht ansteigende Bedeutung zu erkennen ist,[358] zeigen andere einen deutlichen Abfall zwischen 2002 und 2012.[359]
- Shell Jugendstudie (2015): „Seine Fantasie und Kreativität entwickeln" ist für 55 % der Jugendlichen besonders wichtig.



[358] Vgl. European Values Study (2018).
[359] Vgl. European Social Survey (2018).

9.3.10 Traditionsorientierte Wertegruppe



Die traditionsorientierten Werte sind in der Regel Werte wie Religion, Konservatismus oder Nationalstolz, d. h. Werte, die in früheren Zeiten sehr wichtig waren, inzwischen aber grundlegend an Bedeutung verloren haben.

- Konservative oder religiöse Werte weisen grundsätzlich einen hohen Bedeutungsverlust in den vergangenen Jahren auf. Es handelt sich in der Tendenz zudem um Werte, die in den Studien gar nicht oder nur in geringem Umfang behandelt werden.
- Es gibt einen allgemeinen Trend zu Säkularisierung und religiöser Gleichgültigkeit. Jedes Jahr verlieren europäische Kirchen mehr Mitglieder, als sie gewinnen. Die Menschen sind aber auf der Suche nach ethischen, wertorientierten Alternativen. Dies führt zu einer Diversifizierung der Glaubenssysteme in Europa und auch zu einer „Rückkehr“ des Religiösen für Einzelne.[360]
- Shell Jugendstudie (2019): Unter christlichen Jugendlichen hat der Glaube in den letzten knapp 20 Jahren erheblich an Bedeutung verloren. Anders ist dies bei muslimischen Jugendlichen: Für 73 % von ihnen ist der Glaube an Gott wichtig. Die Institution Kirche wird von insgesamt mehr als einem Drittel aller Jugendlichen – unabhängig davon, ob konfessionell gebunden oder nicht – positiv gesehen.
- GESIS – ALLBUS (2019): „An Gott glauben“ ist für immer weniger Menschen wichtig. Gleichzeitig zeigt kein anderer Wert eine so große Polarisierung wie Religiosität: So antworten 37,3 % der Erwachsenen, Gottesglaube sei ihnen unwichtig oder eher unwichtig, 30 % wiederum sagen, dass er ihnen sehr wichtig oder wichtig sei. Ebenso verhält es sich, wenn direkt nach der eigenen Religiosität gefragt wird. Zwar liegt der Modus mit 19 % bei „überhaupt nicht religiös“. Da sich die übrigen 81 % aber relativ regelmäßig verteilen, scheinen die meisten Menschen sich weiterhin in irgendeiner Weise religiös verbunden zu sehen.
- European Social Survey (2018): Insgesamt befinden sich Tradition und der Erhalt von Sitten und Gebräuchen, die durch Religion und Familie vermittelt wurden, im Vergleich zu anderen Werten im Mittelfeld – mit einer leichten Tendenz, wichtiger zu werden.
- Die Relevanz von Religiosität schwankt auf Basis sozioökonomischer Merkmale: Jüngeren Menschen (unter 35-Jährigen) ist Religion weniger wichtig als älteren Menschen. Für Menschen mit höherer Bildung nimmt Religion einen geringeren Stellenwert ein als für Menschen mit niedrigem Bildungsniveau; Menschen ohne Migrationshintergrund räumen ihr weniger Bedeutung ein als Menschen mit Migrationshintergrund.[361]

---

[360] Vgl. Remotti (2018), S. 37 und WDR 5 (2019a).

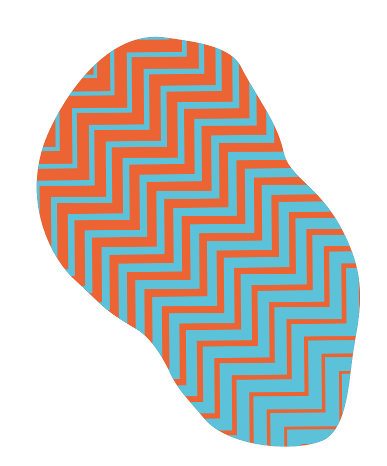
[361] Vgl. Allmendinger (2017), S. 194.

- Im Hinblick auf Konservatismus ist eine leichte Trendwende zu beobachten: Die Rückbesinnung auf „Heimat“ oder „Tradition“ zieht sich durch eine Vielzahl an Lebensbereichen: von den regionalen heimischen Lebensmittelprodukten über das traditionelle Handwerk bis hin zur Erhaltung und Restaurierung alter Gebäude oder auch zum Urlaub in der Heimat.[362]

- Der Mehrheit (89 %) ist Heimat wichtig. Aber nur 59 % von ihr bringen Deutschland in Verbindung mit Heimat.[363]

- Shell Jugendstudie (2015): „Am Althergebrachten festhalten” erfährt einen leichten Bedeutungszuwachs unter Jugendlichen. Trotz dieser Entwicklung ist Tradition nach wie vor ein „alter“ Wert, der den älteren Generationen deutlich wichtiger ist als jüngeren.[364]

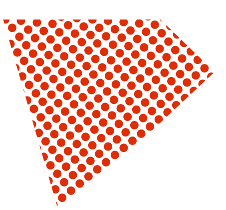
- Shell Jugendstudie (2015): „Stolz sein auf die deutsche Geschichte” ist für ein Drittel (31 %) der Jugendlichen persönlich wichtig, für die Hälfte davon sogar besonders wichtig. 41 % empfinden einen solchen Stolz als unwichtig. Gegenüber 2010 ist das kaum eine Veränderung. Jedoch zeigt sich im Zeitverlauf, dass die Ablehnung („unwichtig“) von Nationalstolz seit 1988 stark und seit 2006 etwas abgenommen hat (Betrachtung nur für westdeutsche Jugendliche). Für männliche Jugendliche ist Nationalstolz tendenziell etwas wichtiger als für weibliche.



[362] Vgl. Fernow et al. (2017), S. 37, 73 und 76.

[363] Vgl. Allmendinger (2017), S. 193.

[364] Siehe auch European Social Survey (2018).



9.4 CAPI-Befragung: Teilnehmerstatistik und Untersuchungsdesign

Tabelle 7: Untersuchungsdaten

	Januar 2019 (Welle 1)	November 2019 (Welle 2)
Befragter Personenkreis	Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland	
Anzahl der Befragten	Die Gesamtstichprobe besteht aus zwei in sich repräsentativen Teilstichproben (Halbgruppen A und B). Darüber hinaus erfolgte die Auswahl disproportional für die alten und die neuen Bundesländer: In beiden Halbgruppen und damit auch in der Gesamtstichprobe wurde der Osten mit etwa einem Viertel stärker berücksichtigt, als es dem Bevölkerungsanteil von 18 % entspricht. Bei der Ausweisung von zusammenfassenden Ergebnissen wird diese Disproportionalität über die Gewichtung aufgehoben. Halbgruppe / West / Ost / Insgesamt A / 469 / 164 / 633 B / 465 / 151 / 616 Insgesamt / 923 / 315 / 1.249	West 975 Ost 323 Insgesamt 1.298
Auswahlmethode	**Repräsentative Quotenauswahl:** Den Interviewerinnen und Interviewer wurden dabei Quoten vorgegeben, die ihnen vorschrieben, wie viele Personen sie zu befragen hatten und nach welchen Merkmalen diese auszuwählen waren. Die Befragungsaufträge oder Quoten wurden nach Maßgabe der amtlichen statistischen Unterlagen auf Bundesländer und Regierungsbezirke und innerhalb dieser regionalen Einheiten auf Groß-, Mittel- und Kleinstädte sowie Landgemeinden verteilt. Die weitere Verteilung der Quoten erfolgte auf Männer und Frauen, verschiedene Altersgruppen sowie auf Berufstätige und Nichtberufstätige und die verschiedenen Berufskreise.	**Repräsentative Quotenauswahl:** Den Interviewerinnen und Interviewer wurden dabei Quoten vorgegeben, die ihnen vorschrieben, wie viele Personen sie zu befragen hatten und nach welchen Merkmalen diese auszuwählen waren. Die Befragungsaufträge oder Quoten wurden nach Maßgabe der amtlichen statistischen Unterlagen auf Bundesländer und Regierungsbezirke und innerhalb dieser regionalen Einheiten auf Groß-, Mittel- und Kleinstädte sowie Landgemeinden verteilt. Die weitere Verteilung der Quoten erfolgte auf Männer und Frauen, verschiedene Altersgruppen sowie auf Berufstätige und Nichtberufstätige und die verschiedenen Berufskreise. Die Auswahl erfolgte disproportional für die alten und die neuen Bundesländer; der Osten wurde mit etwa einem Viertel stärker berücksichtigt, als es dem Bevölkerungsanteil von 18 % entspricht. Bei der Ausweisung von zusammenfassenden Ergebnissen wird diese Disproportionalität über die Gewichtung aufgehoben.
Gewichtung	Zur Aufhebung der Disproportionalität bezüglich alter und neuer Bundesländer und zur Angleichung an Strukturdaten der amtlichen Statistik erfolgte eine faktorielle Gewichtung der Ergebnisse.	
Repräsentanz	Die gewichtete Stichprobe entspricht, wie die Gegenüberstellung mit den amtlichen statistischen Daten zeigt, der Gesamtbevölkerung ab 16 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung für die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse.	
Art der Interviews	Die Befragung wurde mündlich-persönlich („face to face“) nach einem einheitlichen Frageformular vorgenommen. Die Interviewerinnen und Interviewer waren angewiesen, die Fragen wörtlich und in unveränderter Reihenfolge vorzulesen.	
Anzahl der eingesetzten Interviewerinnen und Interviewer	An der Befragung waren insgesamt 388 nach einheitlichen Testmethoden ausgewählte und geschulte Interviewerinnen und Interviewer beteiligt.	
Termin der Befragung	5. bis 17. Januar 2019	2. bis 13. November 2019

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.

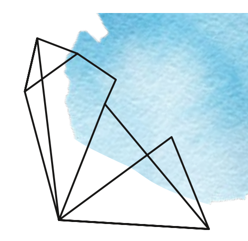
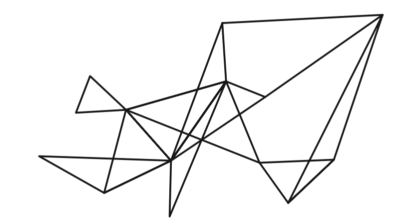


Tabelle 8: Teilnehmerstatistik: Januar 2019 (Welle 1)

Angaben in Prozent

	Insgesamt	Halbgruppe A	Halbgruppe B	Amtliche Statistik*
Regionale Verteilung				
Westliche Länder einschließlich West-Berlin	82	82	82	82
Östliche Länder einschließlich Ost-Berlin	18	18	18	18
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*
Norddeutschland (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen)	17	17	17	17
Nordrhein-Westfalen	21	21	21	21
Südwestdeutschland (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	13	13	13	13
Baden-Württemberg	13	13	13	13
Bayern	16	16	16	16
Berlin	4	4	4	4
Norddeutschland (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt)	8	8	8	8
Sachsen und Thüringen	8	8	8	8
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*
Wohnortgröße				
Unter 5.000 Einwohner	15	15	15	15
5.000 bis unter 20.000 Einwohner	27	27	27	27
20.000 bis unter 100.000 Einwohner	28	28	28	28
100.000 und mehr Einwohner	30	30	30	30
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*
Geschlecht				
Männer	49	49	49	49
Frauen	51	51	51	51
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*
Alter				
16–29 Jahre	18	18	18	18
30–44 Jahre	20	20	20	20
45–59 Jahre	28	28	28	28
60 Jahre und älter	34	34	34	34
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*
Berufstätigkeit				
Erwerbspersonen	62	62	62	62
Nichterwerbspersonen	38	38	38	38
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*

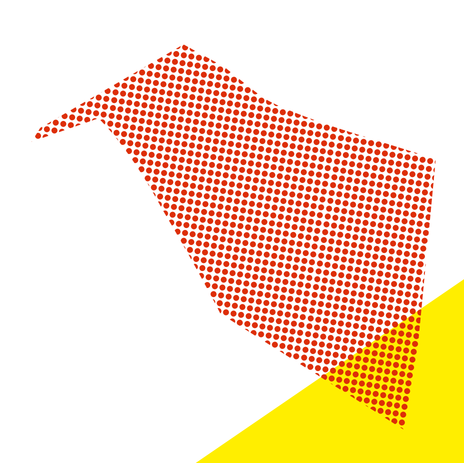


Fortsetzung Tabelle 8:

	Insgesamt	Halbgruppe A	Halbgruppe B	Amtliche Statistik*
Berufskreise**				
Arbeiter	12	11	12	11
Angestellte	41	41	41	42
Beamte	3	3	3	3
Selbstständige und freiberuflich Tätige	6	7	6	6
Nichterwerbspersonen	38	38	38	38
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*
Familienstand				
Verheiratet zusammenlebend	50	50	50	50
• Männer	25	25	25	25
• Frauen	25	25	25	25
Ledig	32	32	32	32
Verwitwet	8	8	8	8
Geschieden/getrennt lebend	10	10	10	10
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*
Haushaltsgröße: Von der deutschen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren leben in Haushalten mit				
1 Person	24	24	24	24
2 Personen	40	40	40	40
3 Personen	17	17	17	17
4 Personen	15	15	15	15
5 Personen und mehr	4	4	4	4
Gesamt	*100*	*100*	*100*	*100*

* Original- und Schätzwerte (für die deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahren) nach Daten der amtlichen Statistik. Quelle: Mikrozensus 2017.
** Für Berufstätige und Arbeitslose (Einstufung Arbeitslose nach letzter Berufsstellung).

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.





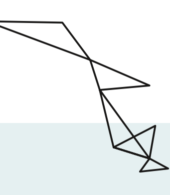


Tabelle 9: Teilnehmerstatistik: November 2019 (Welle 2)

Angaben in Prozent

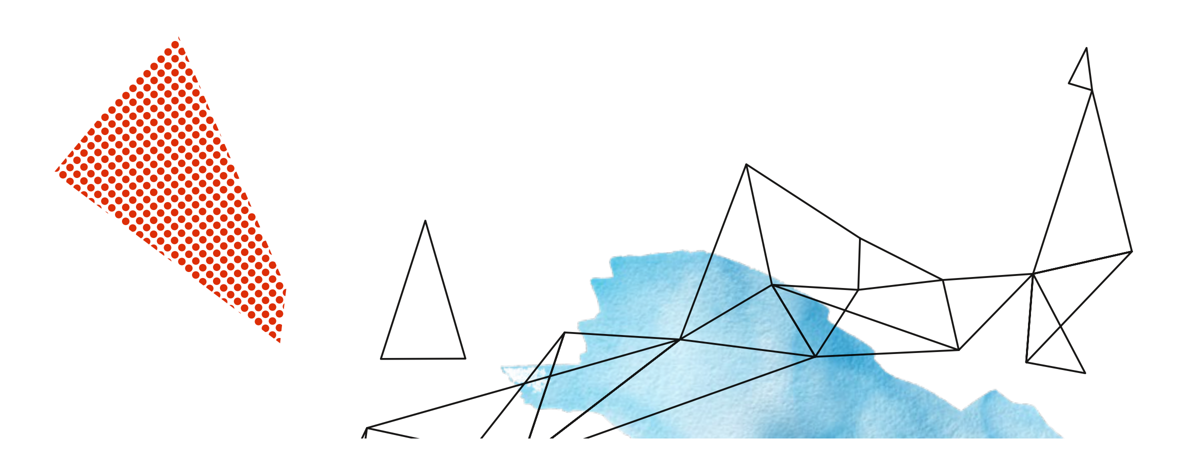
	Umfrage November 2019	Amtliche Statistik*
Regionale Verteilung		
Westliche Länder einschließlich West-Berlin	82	82
Östliche Länder einschließlich Ost-Berlin	18	18
Gesamt	*100*	*100*
Norddeutschland (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen)	17	17
Nordrhein-Westfalen	21	21
Südwestdeutschland (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	13	13
Baden-Württemberg	13	13
Bayern	16	16
Berlin	4	4
Norddeutschland (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt)	8	8
Sachsen und Thüringen	8	8
Gesamt	*100*	*100*
Wohnortgröße		
Unter 5.000 Einwohner	15	15
5.000 bis unter 20.000 Einwohner	27	27
20.000 bis unter 100.000 Einwohner	28	28
100.000 und mehr Einwohner	30	30
Gesamt	*100*	*100*
Geschlecht		
Männer	49	49
Frauen	51	51
Gesamt	*100*	*100*
Alter		
16–29 Jahre	17	17
30–44 Jahre	20	20
45–59 Jahre	28	28
60 Jahre und älter	35	35
Gesamt	*100*	*100*
Berufstätigkeit		
Erwerbspersonen	62	62
Nichterwerbspersonen	38	38
Gesamt	*100*	*100*

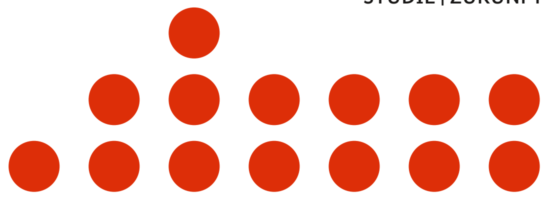
Fortsetzung Tabelle 9:

	Umfrage November 2019	Amtliche Statistik*
Berufskreise**		
Arbeiter	11	11
Angestellte	41	41
Beamte	4	4
Selbstständige und freiberuflich Tätige	6	6
Nichterwerbspersonen	38	38
Gesamt	*100*	*100*
Familienstand		
Verheiratet zusammenlebend	50	50
• Männer	25	25
• Frauen	25	25
Ledig	32	32
Verwitwet	8	8
Geschieden/getrennt lebend	10	10
Gesamt	*100*	*100*
Haushaltsgröße: Von der deutschen Wohnbevölkerung ab 16 Jahren leben in Haushalten mit		
1 Person	24	24
2 Personen	40	40
3 Personen	17	17
4 Personen	14	14
5 Personen und mehr	5	5
Gesamt	*100*	*100*

* Original- und Schätzwerte (für die deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahren) nach Daten der amtlichen Statistik. Quelle: Mikrozensus 2018.
** Für Berufstätige und Arbeitslose (Einstufung Arbeitslose nach letzter Berufsstellung).

Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach; CAPI-Befragung Januar 2019 und November 2019.





9.5 Kurzbeschreibung der analysierten Datensätze und Sekundärauswertungen

9.5.1 Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS)

Der ALLBUS ist eine seit 1980 durchgeführte repräsentative Befragung über Einstellungen, Verhaltensweisen und Sozialstruktur der Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland. Die Befragung wird in der Regel alle zwei Jahre wiederholt und als computergestütztes, persönliches Interview durchgeführt. Je Welle werden ca. 3.000 – 3.500 Erwachsene mit Wohnsitz in Deutschland befragt. Die Stichprobe wird für jede Befragung neu gezogen, der ALLBUS ist nicht als Panel-Studie angelegt.

Ziel des ALLBUS ist es, einen wissenschaftlichen, hochwertigen und umfassenden Datensatz zu erarbeiten, der der Forschungsgemeinschaft kostengünstig/-frei zur Verfügung gestellt werden kann und mit dem eine möglichst große Bandbreite sozialwissenschaftlicher Fragestellungen beantwortet werden kann. Der ALLBUS ist daher als Mehrthemenbefragung konzipiert, in der feste Module als Kernthemen in jeder Befragung erhoben werden und weitere, variable Module teils wiederkehrend in größeren Abständen hinzugefügt werden. Durchgeführt und konzeptioniert wird die Umfrage von „GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften“ in Begleitung eines wissenschaftlichen Beirats. Mit der Befragung werden wechselnde privatwirtschaftliche Meinungsforschungsinstitute beauftragt.

Der ALLBUS fragt eine Kurzversion des Speyerer Werteinventars ab, der auf die Arbeiten von Helmut Klages zurückgeht. Die abgefragten Items im ALLBUS sind nicht Teil des Kernfragebogens und werden daher nicht in jeder Welle berücksichtigt, sondern wurden nur in den Jahren 2002 und 2012 erhoben.

9.5.2 European Social Survey (ESS)

Der European Social Survey (ESS) ist ein länderübergreifendes, auf wissenschaftlichen Standards beruhendes Umfrageprogramm, das seit 2002 in ganz Europa durchgeführt wird. Der ESS erhebt alle zwei Jahre Daten über Einstellungen und Verhaltensmuster der Bevölkerung in mehr als 30 europäischen Ländern. Deutschland hat bisher an allen acht Erhebungswellen des ESS teilgenommen, sodass hier jeweils ca. 3.000 Personen befragt werden, die älter als 15 Jahre sind und in Deutschland leben.

Ziel des ESS ist es, international vergleichbare sozialstatistische Daten zu Forschungszwecken zu generieren. Der ESS misst Einstellungen, Werteorientierungen und Verhaltensmuster der Bevölkerung in verschiedenen Ländern Europas. Teil des ESS-Kernmoduls, welches in jeder Befragung erhoben wird und Fragen von permanentem wissenschaftlichem Interesse enthält, ist auch die Werteorientierung der Bevölkerung. Abgefragt werden 21 Items des „Portrait Value Questionnaire“, der auf der Theorie von Schwartz aufbaut. Um den Abstraktionsgrad zu reduzieren und Werte jenseits akademischer Terminologien für alle Befragten greifbar zu machen, werden den Befragten kurze Charakterisierungen einer Person vorgelesen, die jeweils bestimmte Wertvorstellungen implizieren. Die Befragten werden dann gebeten, eine Selbsteinschätzung abzugeben, wie ähnlich sie der beschriebenen Person sind. Zusätzlich werden verschiedene Wechselmodule erhoben, welche Fragen zu spezifischeren und aktuellen Themen beinhalten und von Runde zu Runde variieren (können).

Der ESS wurde im November 2013 mit dem Status European Research Infrastructure Consortium (ERIC) ausgezeichnet. International wird dieses Umfrageprojekt von einem wissenschaftlichen Team unter der Leitung von Rory Fitzgerald von der City University of London koordiniert. Sieben weitere Partnerinstitutionen sind ebenfalls Mitglieder dieses Teams: In Deutschland wurde der ESS in den ersten sechs Erhebungsrunden (2002 – 2012) von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) im Rahmen ihres Langfristförderprogramms finanziert. Seit Runde 7 (2014) wird der ESS in Deutschland durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

9.5.3 European Values Study (EVS)

Die European Values Study (EVS) ist eine transnationale empirische Langzeitstudie über die Vorstellungen der Europäer zu Familie, Arbeit, Religion, Politik und Gesellschaft. Seit 1981 werden in einem Zyklus von neun Jahren hierfür Befragungen zu den Ideen, Vorstellungen, Präferenzen, Einstellungen, Werten und Meinungen von Bürgern in Europa durchgeführt. Kernfragen sind dabei, welche Werte die Europäer teilen und wie sich die Wertvorstellungen in Europa entwickeln bzw. wandeln. Insgesamt wurden bisher fünf Befragungswellen in knapp fünfzig Ländern durchgeführt.

Das Forschungsprojekt wurde in den späten 1970er Jahren von der European Value System Study Group (EVSSG) initiiert; seither hat sich ein gut etabliertes Netzwerk von Sozial- und Politikwissenschaftlern entwickelt, das einen hohen Grad an Standardisierung in der Erhebung und Aufbereitung der Daten anstrebt. Gegenwärtig wird die Studie von der EVS Foundation verantwortet.

Für Vergleiche auf internationaler Ebene kann die EVS mit den Daten des weltweiten World Values Survey kombiniert werden. Der daraus resultierende Integrated Values Survey umfasst Umfragedaten aus 113 Ländern/Regionen weltweit.

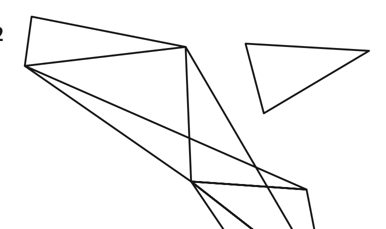
Die European Values Study (EVS) enthält ebenfalls 12 „Portraits“ des „Portrait Value Questionnaire“. Da Schwartz diese Form des Fragebogens erst in den frühen 2000ern entwickelt hat, enthalten bisher nur zwei Wellen des EVS diese Fragen. Seit den 1980er Jahren werden in 33 europäischen Ländern alle neun Jahre Daten zu den Wertvorstellungen in Europa erhoben.

9.5.4 Eurobarometer

Das Eurobarometer ist eine repräsentative Erhebung, die im Auftrag der Europäischen Kommission in allen Mitgliedstaaten durchgeführt wird. In Deutschland werden hierfür ca. 1.500 – 2.000 Personen befragt. Das erste Eurobarometer wurde in den 1970er Jahren durchgeführt. Die Standardbefragung wird alle sechs Monate als Querschnittsbefragung durchgeführt. Inhalte der Befragungen sind die Einstellungen zur Europäischen Union. Zusätzlich werden in unregelmäßigen Abständen im Rahmen sogenannter Special-Eurobarometer aktuelle europapolitisch relevante Themen einbezogen.

Für die vorliegende Studie wurden das Eurobarometer 81.5 zum Thema Wissenschaft, Forschung und Innovation aus dem Jahr 2014 und das Eurobarometer 87.1 zum Thema Einstellungen zum Einfluss von Digitalisierung und Automatisierung auf das tägliche Leben ausgewertet.





9.6 Übersicht über die Interviewpartnerinnen und -partner sowie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Szenarioworkshops

Tabelle 10: Übersicht über die Interviewpartnerinnen und -partner

Name	Thematik
Herr Prof. Dr. Thomas Bliesener	Direktor des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen (KFN) in Hannover und Experte zum Thema „gefühlte Unsicherheit“
Herr Dr. Bernhard Dietz	Forschung zum Wertewandel in Moderne und Postmoderne an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Frau Gönül Eğlence	Leiterin Region West bei Teach First in Düsseldorf. Teach First unterstützt Kinder und Jugendliche aus sozialen Brennpunkten bei den Übergängen im Bildungssystem
Herr Prof. Dr. Dr. Felix Ekardt	Schwerpunkte: humanwissenschaftliche Nachhaltigkeitsforschung (Transformation und soziale Lernprozesse), Gerechtigkeit, Governance und Recht; Jurist, Philosoph und Soziologe an der Universität Bremen
Herr Dr. Karim Fathi	Schwerpunkte: gesellschaftliche Resilienz, sozialer Wandel und Konfliktmanagement; wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Europa-Universität Viadrina
Herr Martin Fehrensen	Mitgründer und Betreiber des Social Media Watchblog. Journalist und Blogger mit den Themen Social Media, Politik, Wirtschaft, Medien und Gesellschaft sowie Kolumnist für das Wirtschaftsmagazin brand eins
Herr Dr. Roger Fornoff	Autor des Buches „Migration, Demokratie, Werte“ (2018), Leiter des Bereichs 91 „Deutsch als Fremdsprache“ an der Universität zu Köln
Herr Michael Heinisch-Kirch	Vorstand der SozDia Stiftung Berlin; die Stiftung engagiert sich mit ihren Einrichtungen in der sozialdiakonischen Kinder-, Jugend-, Familien- und Gemeinwesenarbeit
Herr Prof. Dr. Ulrich Hoinkes	Direktor des Romanischen Seminars der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (CAU) und Gründer des „Anxiety Culture“-Projekts der CAU und der Columbia University, New York
Herr Dr. Serhat Karakayali	Integrationsforschung und Gesellschaftspolitik am Berliner Institut für empirische Integrations- und Migrationsforschung
Herr Eric Klausch	Initiator und Leiter PowerOn Jugendcamp
Herr Johannes Kleske	Strategischer Designer und Zukunftsforscher, Gründer und Geschäftsführer von Third Wave, Sprecher und Berater zu Arbeit, Führung und Kommunikation in einer digitalen Welt
Frau Prof. Julia Leihener	Service-Designerin und Gründungsmitglied im Creation Center der Telekom Innovation Laboratories in Berlin. Projektleiterin des Service-Design Research-Projektes „eEtiquette – 101 Leitlinien für die digitale Welt“
Frau Prof. Dr. Martina Schäfer	Themenschwerpunkte: nachhaltige Regionalentwicklung, nachhaltiger Konsum, nachhaltige Landnutzung; Wissenschaftliche Geschäftsführerin des Zentrums Technik und Gesellschaft der Technischen Universität Berlin
Herr Ulf Silz	Oberschullehrer der WAT-Fächer (Wirtschaft, Arbeit, Technik) und Leiter Berufsorientierung an der Schule Finowfurt, Barnim (Brandenburg)
Frau Dr. Karen Struve	Research-Managerin des „Anxiety Culture“-Projekts der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel und der Columbia University, New York
Frau Ana-Maria Stuth	Abteilungsleiterin Programme der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung
Herr Björn Theis	Head of Corporate Foresight bei Evonik und Mitglied des Zukunftskreises
Frau Caroline Treier	Leiterin Evangelische Schule Berlin Zentrum

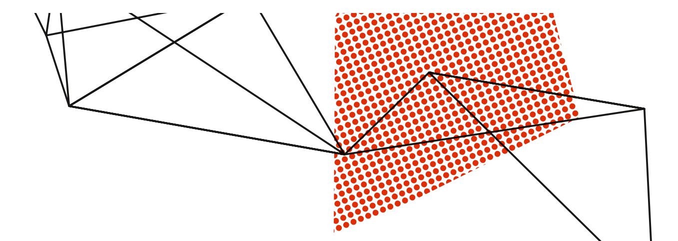
Anmerkung: Drei Gesprächspartner möchten nicht namentlich genannt werden und sind dementsprechend nicht in der Liste enthalten.



Tabelle 11: Übersicht über die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Szenarioworkshops

Name	Thematik
Herr Philip Ackermann	Schwerpunkte: internationale Beziehungen und Sicherheitspolitik; wissenschaftlicher Mitarbeiter am Center for International Security and Governance der Universität Bonn
Frau Prof. Katrin Androschin	Schwerpunkte: Veränderungsprozesse, Wertewandel und Innovation; Professorin für Strategic Design und Studiengangsleiterin für den M.A. Strategic Design an der design akademie berlin
Herr Prof. Dr. Thomas Bauer	Schwerpunkte: Medien(pädagogik) sowie Kommunikation und Gesellschaft; emeritierter Professor am Institut für Publizistik der Universität Wien (AT)
Frau Prof. Dr. Birgit Beck	Schwerpunkt: Technikethik; Juniorprofessur/Leitung des Fachgebiets „Ethik und Technikphilosophie“ an der Technischen Universität Berlin
Frau Dr. Astrid Carolus	Schwerpunkte: Medienpsychologie; Interaktion mit digitalen Medien und Assistenten; Projektleiterin DIKOM – Digitalkompetenz in Schulen; Akademische Rätin des Fachbereichs Medienpsychologie an der Universität Würzburg
Herr Prof. Dr. Frank Eckardt	Schwerpunkte: Stadtentwicklung, Urbanisierung; Professor für Sozialwissenschaftliche Stadtforschung an der Bauhaus-Universität Weimar
Frau Kerstin Fritzsche	Schwerpunkte: Nachhaltigkeit und Digitalisierung; Senior Research Associate für das „Digitalisation and Impacts on Sustainability“-Projekt des Institute for Advanced Sustainability Studies in Potsdam
Frau Dr. Judith Klaiber	Schwerpunkte: interdisziplinäre Werteforschung (European Values Study) und Wertebildung, digitale Transformationen (Anthropologie | Arbeit | Ethik), Diversity und Equality; Assistenzprofessorin am Institut für Pastoraltheologie der Katholischen Privatuniversität Linz (AT)
Herr Dr. Hege Kminek	Schwerpunkte: Professionalisierung, rekonstruktive Schul- und Unterrichtsforschung, Philosophiedidaktik, Bildung für nachhaltige Entwicklung; Vertretungsprofessur am Fachbereich Erziehungswissenschaften, Institut für Pädagogik der Sekundarstufe der Goethe Universität Frankfurt am Main
Frau Dr. Cornelia Kühn	Schwerpunkte: sozial-ökologische Transformation, Commons, solidarische Ökonomie, Postwachstumsgesellschaft, Stadt- und Festkultur, Massenkultur, Vergnügungskultur; Wissenschaftliche Mitarbeiterin (Projektleitung) am Institut für Europäische Ethnologie der Humboldt-Universität zu Berlin
Herr Dr. Wulf Loh	Schwerpunkte: Technikethik (Roboterethik, Mensch-Maschine-Interaktion), Informationsethik (Privatheit), Sozialphilosophie, politische Philosophie (digitale Öffentlichkeiten, Solidarität), Rechtsphilosophie; Wissenschaftlicher Mitarbeiter in den Projekten NIKA und INTEGRAM am Internationalen Zentrum für Ethik in den Wissenschaften, Universität Tübingen
Frau Dr. Franziska Martinsen	Schwerpunkte: Theorien der Gesellschaft, Theorien der Gewalt, politische Ideengeschichte, zeitgenössische Menschenrechtstheorie/Geschichte der Menschenrechte; Mitarbeiterin des Instituts für Politikwissenschaft, Leibniz-Universität Hannover
Herr Dr. Christopher Neumaier	Schwerpunkte: Technik- und Umweltgeschichte; Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, Kultur- und Geschlechtergeschichte; Vertretung der Professur für Neuere Sozial-, Wirtschafts- und Technikgeschichte an der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg
Herr Prof. Dr. Gert Pickel	Schwerpunkte: Demokratieforschung, Religionssoziologie; Professor für Religions- und Kirchensoziologie, Institut für Praktische Theologie, Universität Leipzig; Mitglied des Vorstandes der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft
Herr Max Schmidt	Langjähriger Vorsitzender des Bayerischen Philologenverbands; Vorstandsvorsitzender Wertebündnis Bayern, München
Herr Dr. Benedikt Werner	Schwerpunkte: Sozialpsychologie, soziale Exklusion, Gruppendynamiken, moralisches Verhalten; Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Angewandte Mikroökonomie
Frau Dr. Dr. Veronika Zimmer	Schwerpunkte: Pädagogik, Werteorientierung im Unterricht; Vertretung der Professur Allgemeine Pädagogik, Universität Vechta





Impressum

Herausgeber
Prognos AG
Europäisches Zentrum für Wirtschaftsforschung
und Strategieberatung
Goethestraße 85
10623 Berlin

Z_punkt GmbH The Foresight Company
Schanzenstraße 22
51063 Köln

Bestellungen
schriftlich an:
Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Internet: bmbf.de
oder per
Tel.: 030 18 272 272 1
Fax: 030 18 10 272 272 1

Stand
August 2020

Druck
MKL Druck GmbH & Co. KG, Ostbevern

Text
Prognos AG
Z_punkt GmbH

Gestaltung
familie redlich AG – Agentur für Marken und Kommunikation
KOMPAKTMEDIEN – Agentur für Kommunikation GmbH

Bildnachweise
S. 10, 11: Adobe Stock/liuzishan/malp
S. 16, 17, 28, 29: Adobe Stock/liuzishan/SFIO CRACHO
S. 36, 37: Adobe Stock/liuzishan/unlimit3d
S. 78, 79: Adobe Stock/rcfotostock
S. 82, 83: Synnatzschke, Kniel/Westend61/plainpicture.com
S. 142, 143: Adobe Stock/oneinchpunch
S. 148, 149: Adobe Stock/liuzishan/alphaspirit
S. 162: Adobe Stock/liuzishan/zinkevych
S. 164, 165: Getty Images/Busakorn Pongparnit
S. 195: Unsplash/Jessica Rockowitz
S. 197: Unsplash/Wonderlane
S. 199: Unsplash/Tim Marshall
S. 201: Unsplash/Jason Hogan
S. 203: Unsplash/Guillaume Périgois
S. 205: Unsplash/Robert Anasch
S. 207: Unsplash/Adam Whitlock
S. 209: Unsplash/Matthew Henry
S. 211: Unsplash/You X Ventures
S. 213: Unsplash/Darya Tryfanava

Szenario 1, S. 88:
AdobeStock: olegkruglyak3/昊 周/DigitalGenetics/majeczka/peresanz/GDM photo and video/Arcansél/AlexBr/tippapatt/vitaliy_melnik/cevahir87/evening_tao/Roman Babakin/Nikolay N. Antonov
Getty Images: kampee patisena/Lennart van den Berg/500px

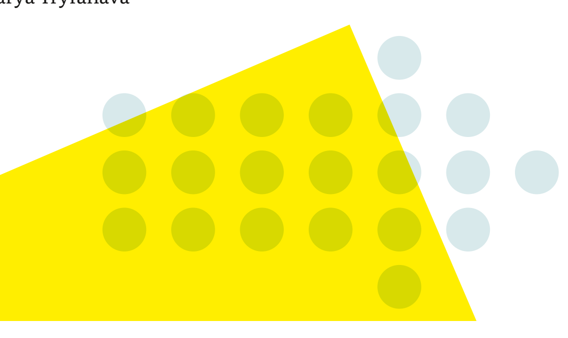
Szenario 2, S. 97:
AdobeStock: Animaflora PicsStock/kinwun/THINK b/helivideo/helivideo/tridland/Javier/3355m/PixAchi/fizkes/hansenn/Gorodenkoff/sveta/chesky/chesky/foxyburrow/unlimit3d/Balint Radu/IRStone/joyfotoliakid/motortion/olegkruglyak3/DigitalGenetics/peresanz
Getty Images: Colin Anderson Productions pty ltd/ViewStock/BrankoPhoto/Terry Vine/Xia Yang

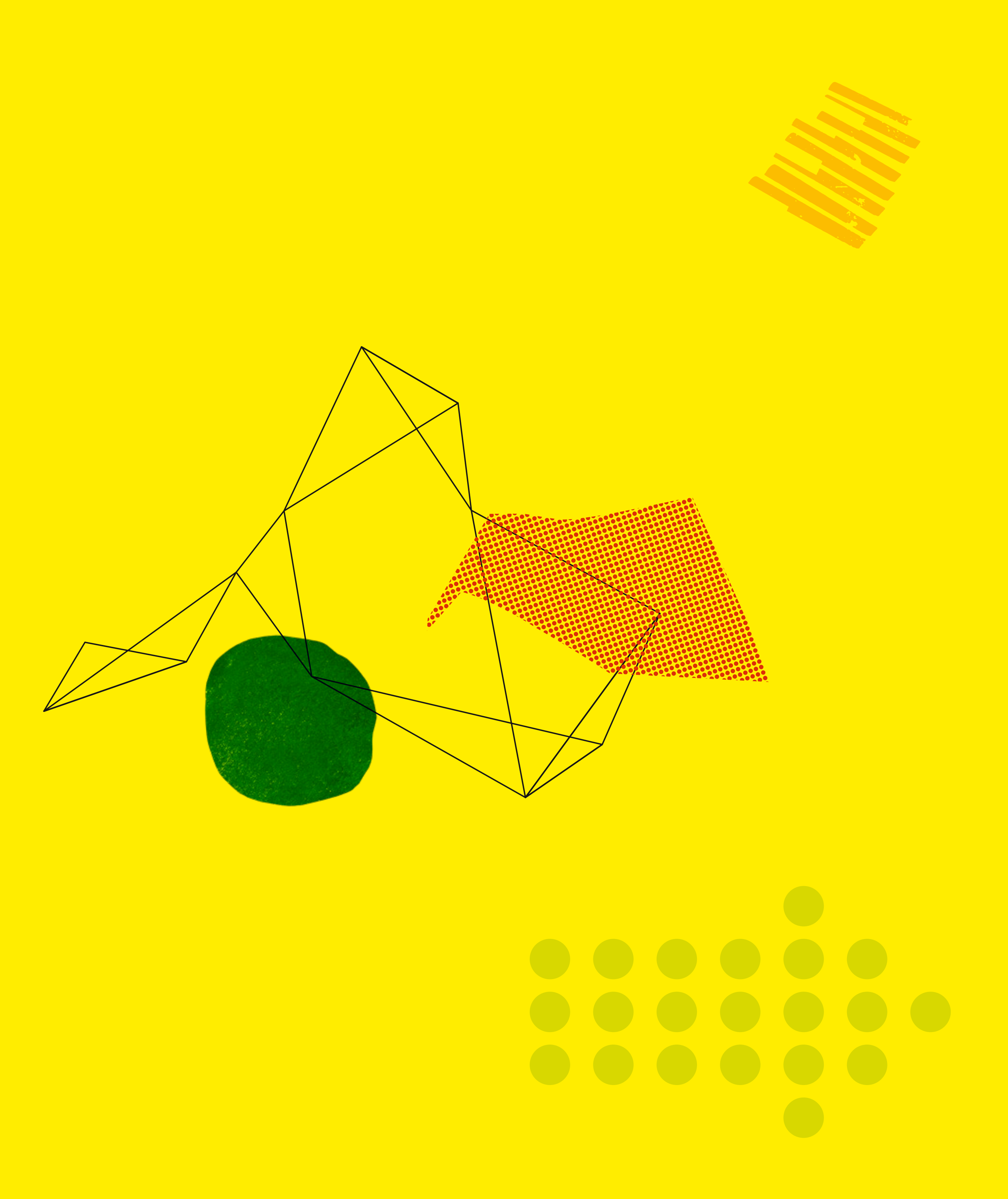
Szenario 3, S. 106:
AdobeStock: ah_fotobox/Tiberius Gracchus/ah_fotobox/vulcanus/Viorel Sima/Ljupco Smokovski/theartofpics/slobodan/aapsky/De Visu/AGPhotography/batuhan toker/tinkerfrost/mchlskhrv/srckomkrit/srckomkrit/Kruwt/franz massard/olegkruglyak3
Getty Images: Busà Photography/macroworld

Szenario 4, S. 114:
AdobeStock: Valmedia/Chris/yavi/shintartanya/ginton/lehic/sharplaninac/kintarapong/leszekglasner/next143/Freepik/olegkruglyak3/DigitalGenetics/majeczka/helivideo/tridland/batuhan toker/JackF/Iakov Kalinin
Getty Images: inzheng/Alex Saurel/Kevin Dodge

Szenario 5, S. 122:
AdobeStock: Digital Mammoth/New Africa/VRD/krissikunterbunt/Ljupco Smokovski/Wordley Calvo Stock/Freepik/ghoststone/contrastwerkstatt/astrosystem/olegkruglyak3/DigitalGenetics
Getty Images: Ada Summer/Xuanyu Han/funky-data

Szenario 6, S. 130:
AdobeStock: reimax16/reimax16/scharfsinn86/Wolfilser/steuccio79/Herr Loeffler/New Africa/olegkruglyak3/majeczka/tridland
Getty Images: Westend61/Tom Werner/Thanasis Zovoilis/Lennart van den Berg/500px





vorausschau.de